

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE LETRAS E LINGUÍSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS LINGUÍSTICOS**

GABRIEL ALBUQUERQUE FERREIRA

**ASPECTOS CULTURAIS, MERCADOLÓGICOS E ECONÔMICOS NA
TRADUÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE JOGOS: QUE RELAÇÕES ESTABELECEM OS
TEÓRICOS?**

UBERLÂNDIA

2024

GABRIEL ALBUQUERQUE FERREIRA

**ASPECTOS CULTURAIS, MERCADOLÓGICOS E ECONÔMICOS NA
TRADUÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE JOGOS: QUE RELAÇÕES ESTABELECEM OS
TEÓRICOS?**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos do Instituto de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Linguística.

Área de Concentração: Estudos em Linguística e Linguística Aplicada.

Linha de pesquisa: Linguagem, ensino e sociedade.

Orientadora: Profa. Dra. Marileide Dias Esqueda.

UBERLÂNDIA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

F383a
2024 Ferreira, Gabriel Albuquerque, 1989-
Aspectos culturais, mercadológicos e econômicos na tradução e
localização de jogos [recurso eletrônico] : que relações estabelecem os
teóricos? / Gabriel Albuquerque Ferreira. - 2024.

Orientadora: Marileide Dias Esqueda.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos.
Modo de acesso: Internet.
Disponível em: <http://doi.org/10.14393/ufu.di.2024.5035>
Inclui bibliografia.
Inclui ilustrações.

1. Linguística. I. Esqueda, Marileide Dias, 1973-, (Orient.). II.
Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-graduação em
Estudos Linguísticos. III. Título.

CDU: 801

André Carlos Francisco
Bibliotecário Documentalista - CRB-6/3408



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos

Av. João Naves de Ávila, nº 2121, Bloco 1G, Sala 1G256 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: (34) 3239-4102/4355 - www.ileel.ufu.br/ppgel - secppgel@ileel.ufu.br



ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em:	Estudos Linguísticos				
Defesa de:	Dissertação de Mestrado - PPGEL				
Data:	Dezesseis de fevereiro de dois mil e vinte e quatro	Hora de início:	14:00	Hora de encerramento:	17:00
Matrícula do Discente:	12212ELI012				
Nome do Discente:	Gabriel Albuquerque Ferreira				
Título do Trabalho:	Aspectos culturais, mercadológicos e econômicos na tradução e localização de jogos: que relações estabelecem os teóricos?				
Área de concentração:	Estudos em Linguística e Linguística Aplicada				
Linha de pesquisa:	Linguagem, ensino e sociedade				
Projeto de Pesquisa de vinculação:	Ensino e aprendizagem de Tradução e Interpretação: pressupostos epistemológicos, teóricos e metodológicos				

Reuniu-se, por videoconferência, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, assim composta: Professores Doutores: Monique Pfau - UFBA; Francieli Silvéria Oliveira - UFMG; Marileide Dias Esqueda, orientadora do candidato.

Iniciando os trabalhos, a presidente da mesa, Dra. Marileide Dias Esqueda, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato, agradeceu a presença do público, e concedeu ao Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação do Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir a senhora presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, às examinadoras, que passaram a arguir o candidato. Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o candidato:

Aprovado.

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar, foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que, após lida e achada conforme, foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Monique Pfau, Usuário Externo**, em 16/02/2024, às 16:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marileide Dias Esqueda, Professor(a) do Magistério Superior**, em 16/02/2024, às 16:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Francieli Silvéria Oliveira, Usuário Externo**, em 19/02/2024, às 14:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5188594** e o código CRC **706B1349**.

Referência: Processo nº 23117.011615/2024-35

SEI nº 5188594

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, à minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Marileide Dias Esqueda, pelo incentivo constante, pela paciência, por todas as conversas e reflexões proporcionadas e pela amizade nesses dois anos de muito esforço e dedicação. Aos membros do GETTEC (Grupo de Estudos e Pesquisa em Tradução, Tecnologias, Ensino e Cienciometria), agradeço o trabalho conjunto em diversos projetos. Agradeço às Professoras Monique Pfau, da UFBA, e Francieli Silvéria Oliveira, da UFMG, pelos apontamentos detalhados feitos no momento da defesa desta dissertação, que ajudaram a elevar o meu trabalho. Aos professores do PPGEL-UFU (Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos), agradeço os valiosos ensinamentos compartilhados nas disciplinas cursadas. Agradeço à minha família pelo suporte em todos esses anos de estudo. Por fim, ao meu marido, Helder Oliveira da Silva, agradeço por sempre ter estado ao meu lado, nos melhores e mais difíceis momentos. Sem todo o apoio que recebi, esta pesquisa não teria sido possível.

RESUMO

A indústria dos jogos cresceu a ponto de se tornar o setor mais expressivo do entretenimento na atualidade (Divers, 2023). Nesse contexto, a localização foi a atividade responsável por permitir a devida comercialização de jogos em todo mundo, uma prática que demanda a sua adequação às especificidades linguísticas, técnicas, culturais e legais de cada localidade (Bernal-Merino, 2014). Em um estudo descritivo sobre tradução e localização de jogos no âmbito dos Estudos da Tradução, construímos e analisamos, através de técnicas bibliométricas e de um método indutivo, um *corpus* contendo trabalhos que abordam a problemática da cultura e adaptação cultural na localização de jogos. Essa análise revelou: 1 – prevalência dos conceitos de “culturalização”, “adaptação cultural” e “transcrição”; 2 – uso inconsistente de conceitos, contribuindo para a falta de clareza; 3 – tratamento superficial da cultura, submetendo preocupações culturais à lógica mercadológica. Por fim, selecionamos exemplos retirados de três jogos localizados para o PT-BR e, partindo da discussão sobre as escolhas de tradução utilizadas, propomos uma prática tradutória que considere, além das preocupações com a reprodução da experiência original e com o sucesso comercial dos jogos, a responsabilidade social do tradutor com o Outro e com a cultura de chegada, de forma a evitar a disseminação de preconceitos e a manutenção de um estado injusto das coisas. Defendemos, por fim, a ideia de que cultura, enquanto manifestação e sustentáculo da condição humana, demanda um senso coletivo de cuidado com o Outro, considerando a inclusão de todos e a valorização dos mais diversos atributos humanos.

Palavras-chave: tradução e localização de jogos; culturalização; adaptação cultural; transcrição; bibliometria.

ABSTRACT

The gaming industry has grown to the point of becoming the most significant segment of entertainment today (Divers, 2023). In this context, localization was the activity responsible for allowing the proper commercialization of games globally, a practice that demands their adaptation to each locale's linguistic, technical, cultural, and legal specificities (Bernal-Merino, 2014). In a descriptive study on video game translation and localization within the scope of Translation Studies, we used bibliometric techniques and an inductive method to construct and analyze a corpus containing works that address the issue of culture and cultural adaptation in game localization. This analysis revealed: 1 – prevalence of the concepts of “culturalization”; “cultural adaptation” and “transcreation”; 2 – inconsistent use of concepts, contributing to a lack of clarity; 3 – superficial treatment of culture, submitting cultural concerns to marketing logic. Finally, we selected examples taken from three games localized for pt-BR and, based on the discussion about the translation choices, we propose a translation practice that considers, in addition to concerns about the reproduction of the original experience and the commercial success of video games, the social responsibility of translators towards the Other and the target culture, in order to avoid the spread of prejudices and the maintenance of an unfair state of things. Finally, we advocate that culture, as a manifestation and pillar of the human condition, calls for a collective sense of care for one another, considering the inclusion of all and the appreciation of the most diverse human attributes.

Keywords: game translation and localization; culturalization; cultural adaptation; transcreation; bibliometrics.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Trabalhos excluídos/selecionados para o *corpus*

33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Interface do PoP	30
Figura 2: Interface do Mendeley	36
Figura 3: Interface do VOSviewer	37
Figura 4: Janela <i>Create Map</i> no VOSviewer	38
Figura 5: Mapa das redes de coautoria no <i>corpus</i>	43
Figura 6: Mapa das redes de coautoria em visualização de densidade	45
Figura 7: Mapa das redes de palavras-chave	47
Figura 8: Mapa de visualização temporal da ocorrência das palavras-chave	49
Figura 9: Mapa de densidade com palavras-chave de maior ocorrência	50
Figura 10: Conexões estabelecidas em torno da palavra-chave <i>cultural adaptation</i>	51
Figura 11: Conexões estabelecidas em torno da palavra-chave <i>culturalisation</i>	52
Figura 12: <i>Yakuza: Like a Dragon</i>	97
Figura 13: Exemplo de <i>Yakuza: Like a Dragon</i> em português brasileiro	98
Figura 14: Os protagonistas de <i>Cuphead</i> – Xicrinho e Caneco	102
Figura 15: Exemplo de <i>Cuphead</i>	102
Figura 16: Exemplo de <i>Cuphead</i> em português brasileiro	103
Figura 17: Geni Buarque, o zepelim	104
Figura 18: Exemplo de <i>Cuphead</i> em espanhol	105
Figura 19: Exemplo de <i>Cuphead</i> em francês	105
Figura 20: <i>Baldur's Gate 3</i>	107
Figura 21: Exemplo de <i>Baldur's Gate 3</i> em português brasileiro	108

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 – Tradução e Localização de Jogos	14
2.2 – Cultura	15
2.3 – A não neutralidade do ato tradutório	21
CAPÍTULO 3 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
CAPÍTULO 4 – RESULTADOS E ANÁLISES	43
4.1 – Dados quantitativos e análise bibliométrica do <i>corpus</i>	43
4.2 – Análise qualitativa do <i>corpus</i> : questões culturais e demais aspectos relevantes	52
4.2.1 – <i>Games without borders: The cultural dimension of game localisation</i>	53
4.2.2 – <i>Journey to the East: Cultural adaptation of video games for the Chinese market</i>	60
4.2.3 – <i>Found in Translation: Evolving Approaches for the Localization of Japanese Video Games</i>	61
4.2.4 – <i>Understanding the Impacts of Cultural Contents in Digital Game Based Exercises on Older Adults</i>	63
4.2.5 – <i>Cultural Localization: Orientation and Disorientation in Japanese Video Games</i>	64
4.2.6 – <i>Game on! Burning issues in game localization</i>	67
4.2.7 – <i>We are the Others: Localising Italians for Italians in Video Games</i>	69
4.2.8 – <i>Cultural Transfer in Video Games</i>	72
4.2.9 – <i>The Localisation of Japanese Video Games: Striking the Right Balance</i>	75
4.2.10 – <i>Video game localisation: adapting superheroes to different cultures</i>	77
4.2.11 – <i>Language, Identity and Games: Discussing the Role of Players in Videogame Localization</i>	78
4.2.12 – <i>Culturalization: The Geopolitical and Cultural Dimension of Game Content</i>	79
4.2.13 – <i>A Brief History of Game Localisation</i>	81
4.2.14 – <i>Video games localisation: posing new challenges to the translator</i>	83
4.2.15 – <i>English Translation of Martial Arts Games: Take Interactive Interface Text Translation of “Chu Liuxiang” as an Example</i>	85

4.2.16 – <i>De fã para fã: as traduções de Chrono Trigger</i>	86
4.2.17 – <i>Transcreación y adaptación cultural en videojuegos: proceso, producto y recepción</i>	87
4.2.18 – <i>Cultural and linguistic challenges of video games translation with some examples from Grey's Anatomy by Ubisoft</i>	89
4.2.19 – <i>La transcreación en la localización de videojuegos: la traducción del humor en Undertale y Deltarune</i>	90
4.3 – <i>Conclusões gerais da análise qualitativa do corpus</i>	92
CAPÍTULO 5 – DISCUSSÃO	95
CAPÍTULO 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS	116
REFERÊNCIAS DO <i>CORPUS</i>	123

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

O mercado dos jogos eletrônicos ou digitais¹, ou videogames, é, atualmente, o segmento da indústria do entretenimento responsável pelos maiores faturamentos na categoria. Somente para o ano de 2022, o Grand View Research (2022) previa a movimentação global de uma quantia de 220,79 bilhões de dólares, o que indica que esse segmento já superou, há muito tempo, a relevância econômica e cultural da indústria da música e do cinema. Para efeitos de comparação, basta analisar os dados noticiados para o ano de 2020, que revelaram, segundo um relatório da Super Data Research, um valor de mercado de 159,3 bilhões de dólares (Divers, 2023). No mesmo ano, a indústria da música faturou 19,1 bilhões de dólares, enquanto a do cinema contabilizou 41,7 bilhões de dólares. Isso significa que a indústria dos videogames valia cerca de quatro vezes mais do que a do cinema naquele ano (Divers, 2023). Ressaltamos, ainda, que a tendência de crescimento permanece nos próximos anos, atingindo o valor esperado de 583,69 bilhões de dólares em 2030 (Grand View Research, 2022). Os jogos são, portanto, produtos culturais muito relevantes que não podem ser ignorados pela academia ou desprezados como um passatempo infantil.

Nesse panorama, o Brasil destaca-se como o maior mercado de jogos da América Latina e o 12º maior do mundo. Esse crescimento notável só foi, e continua sendo possível, graças aos investimentos na tradução e localização dos jogos que permitem adequá-los a diferentes localidades, considerando suas especificidades linguísticas, técnicas, culturais e legais (Bernal-Merino, 2014). No entanto, conforme cresce a demanda por localização, cresce, também, a demanda por uma noção mais abrangente sobre cultura, tradução e localização, três noções intimamente ligadas.

Considerando esse contexto, esta pesquisa, de caráter descritivo e indutivo, tem o objetivo geral de compreender e problematizar a maneira como a cultura tem sido abordada na localização e tradução de jogos, partindo da análise da produção acadêmica que se propõe a estudar esse tema e ressaltando, especialmente, o aspecto cultural que é tão valorizado pela indústria, mas aparentemente pouco compreendido por ela mesma.

Aqui, pensamos o tradutor enquanto guardião da cultura, um termo que utilizamos em uma alusão não só à linguagem dos jogos, mas à cultura que é vivenciada ao longo de sua vida

¹ Embora jogos eletrônicos e digitais possam ser usados como sinônimos, por serem executados em computadores pessoais, consoles de jogo (PlayStation; Xbox), dispositivos portáteis (e.g. Nintendo Game Boy, *handhelds*, smartphones) ou fliperamas, o jogo digital é um sistema como qualquer outro jogo, com a diferença de possuir um hardware e software como componentes essenciais. Neste estudo, adotaremos o termo hiperônimo “jogo” e o termo “videogame” para nos referirmos aos diversos tipos de jogos.

e carreira. Essa noção cultural do tradutor, portanto, não é de caráter meramente linguístico, partindo muito mais das experiências próprias do indivíduo e englobando tudo aquilo que foi vivido no local da cultura de chegada. Neste trabalho, defendemos uma prática tradutória que busca empoderar o tradutor, pois à medida em que ele se torna consciente de sua agência e de seu papel como autor de um jogo traduzido, ele pode trabalhar eticamente para evitar, de forma consciente, a disseminação de preconceitos, cuidando, efetivamente, do jogador-alvo e da cultura do local de chegada.

Em um primeiro momento, investigamos a produção acadêmica dentro do campo disciplinar dos Estudos da Tradução que trata sobre a localização de jogos e seus processos, procurando identificar as noções de cultura mobilizadas pelos autores. Utilizando técnicas bibliométricas, adotamos o método indutivo para extrair generalizações a partir de dados específicos observados nas publicações que constituem um *corpus* reunindo trabalhos científicos abertos e publicados em revistas, anais de eventos e livros indexados na base de dados do Google Scholar. Os arquivos contemplam produções publicadas em inglês, português ou espanhol, entre os anos de 2006 e 2022. A indução é um processo abstrato no qual conclusões gerais são inferidas a partir de uma amostra limitada de dados da realidade, extrapolando as premissas iniciais (Crivelente, 2019; Marconi; Lakatos, 2003). Através da análise bibliométrica, é possível identificar tendências gerais nos estudos sobre tradução e localização de jogos, bem como gerar mapas bibliométricos que permitem a melhor visualização do estado da pesquisa nesse subcampo disciplinar, incluindo dados quantitativos relevantes sobre a produção acadêmica dos pesquisadores. Nesse processo, foram utilizados softwares gratuitos disponíveis on-line, como o Publish or Perish, o Mendeley e o VOSviewer.

Findada a fase de construção do *corpus* e de análise quantitativa dos dados a partir de técnicas bibliométricas, partimos para a análise textual e de conteúdo, etapa em que cada trabalho selecionado é lido na íntegra e examinado. À avaliação das publicações, acrescentaremos uma análise crítica. Obtém-se, dessa forma, dados qualitativos que revelam o estado da questão (Nóbrega-Therrien; Therrien, 2004). O objetivo é compreender a maneira como os autores lidam com as questões culturais no âmbito da tradução e localização de jogos. Pretende-se, assim, responder às seguintes questões:

- Quais são os conceitos relacionados ao cuidado com a cultura na localização de jogos que advêm dos estudos e em que medida eles se relacionam com o empoderamento do tradutor e a humanização de seu trabalho?

- Há clareza e consistência na conceituação de cultura empregada pelos pesquisadores?
- É possível identificar mudanças ou evolução na maneira como as questões culturais foram abordadas nos trabalhos ao longo do período de 16 anos (2006-2022) representado no *corpus*?

A partir da observação das concepções de cultura mobilizadas pelos autores em sua pesquisa dentro do subcampo disciplinar da localização de jogos, assim como de todos os dados relevantes revelados tanto pela análise quantitativa quanto qualitativa do *corpus*, propomos uma discussão que visa problematizar a maneira como os Estudos da Tradução, e a própria indústria dos jogos, vêm abordando a problemática da cultura e adaptação cultural na localização de jogos, uma questão muitas vezes vista a partir de uma ótica puramente mercadológica.

Para fundamentar essa reflexão, utilizamos três exemplos retirados de jogos localizados que ilustram a maneira como as questões culturais podem ser abordadas na localização de jogos, assim como as possíveis consequências e potencialidades de cada decisão tradutória. Os exemplos foram extraídos dos títulos *Yakuza: Like a Dragon*, um jogo do gênero *Role-Playing Game* (ou RPG) que aborda um contexto urbano e contemporâneo japonês; *Cuphead*, um jogo digital aclamado do gênero plataforma; e *Baldur's Gate 3*, um RPG que retrata uma aventura no cenário de *Forgotten Realms*, um dos cenários mais queridos do *Dungeons & Dragons*. Selecionamos os três títulos mencionados em função da diversidade de ambientações observáveis, envolvendo desde contextos urbanos a cenários fantásticos, para favorecer a visualização de exemplos variados. Além disso, os jogos foram selecionados em razão de serem títulos recentes que representam práticas atuais no mercado da tradução de jogos. Os exemplos revelam, no âmbito dessa discussão, noções de cultura e possibilidades, que podem ter sido bem exploradas ou não, encontradas em sua adaptação cultural.

Como uma concepção central que permeia este estudo, entendemos que a tradução, enquanto parte integrante do processo de localização de jogos, não é um ato neutro. O ato tradutório é, em essência, imbuído das intencionalidades dos diversos atores envolvidos, podendo, inclusive, propagar mecanismos de dominação, imagens distorcidas do Outro e um estado injusto das coisas (Franco Aixelá; Vargas Gómez, 2012). No âmbito dessa pesquisa, consideramos que o estado injusto das coisas representa uma conjuntura em que estruturas sociais, culturais, políticas ou econômicas impedem que certos grupos participem plenamente da vida em sociedade, favorecendo injustiças sistêmicas, sejam elas motivadas por questões raciais, de gênero, de orientação sexual, por desigualdade de renda, entre outras. Para Aixelá e

Vargas Gómez (2012), o estado injusto envolve, em igual medida, o desequilíbrio nas relações globais que se desenvolvem no mundo globalizado, que faz com que potências hegemônicas exportem sua cosmovisão para países menos favorecidos e consolidem sua hegemonia cultural. Assim, cabe ao tradutor buscar uma compreensão profunda sobre o processo de adaptação cultural na tradução e localização de jogos, de forma que ele possa considerar as repercussões culturais de cada escolha tradutória e possa mobilizar o seu potencial criativo não somente para oferecer experiências envolventes, divertidas e adequadas aos jogadores, mas para evitar perpetuar injustiças e preconceitos em sua prática. É nesse sentido que este trabalho encontra sua justificativa e relevância social, já que se propõe a não somente discutir sobre o papel social e cultural do tradutor na localização de jogos, mas a investigar se os teóricos têm abordado a questão da adaptação cultural de maneira abrangente, para além das preocupações mercadológicas da indústria que parecem guiar o desenvolvimento dos estudos nesse subcampo disciplinar.

Por fim, salientamos que esse trabalho se justifica, em igual medida, porque as pesquisas bibliométricas desempenham um papel fundamental de avaliar e analisar, de maneira sistemática, a produção acadêmica em determinados campos e subcampos disciplinares. Elas possibilitam a identificação de tendências, o mapeamento das redes de colaboração, a avaliação do impacto das pesquisas, o monitoramento do desempenho científico e orientam decisões estratégicas em políticas de pesquisa e financiamento. Porém, todos esses benefícios não são colhidos de maneira automática, o que ressalta a necessidade de um monitoramento regular da produção científica através de levantamentos bibliométricos (Glänzel; Schubert, 2005).

CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA²

2.1 – Tradução e Localização de Jogos

Quando tratamos sobre os estudos que envolvem a tradução e localização de jogos, a primeira problemática que surge é a questão da diferenciação entre os dois conceitos. Embora sejam usados, em diversas ocasiões, como sinônimos, isso é impreciso.

A localização é um trabalho complexo de adaptação de um software, seja ele de entretenimento ou não, às particularidades de uma localidade específica. Um software é um programa composto por todos os elementos não físicos de um sistema eletrônico, abrangendo desde sistemas operacionais a aplicativos de computador e jogos eletrônicos e digitais. A localidade (*locale*), nesse contexto, representa uma série de parâmetros que identificam características do usuário, seu país e preferências, ou seja, uma combinação de língua, região geográfica e questões culturais que são próprias do público ao qual um software será destinado (Sandrini, 2008). Em resumo, o ato de localizar um videogame, ou qualquer outro tipo de software, significa

[...] adaptar as especificidades linguísticas e culturais do conteúdo (texto, imagens, sequências de voz etc.) a uma determinada localidade geográfica ou perfil demográfico. Isso inclui a adaptação de conteúdo e recursos às convenções locais, tais como formatos de data e hora, moedas, números, idioma, código de cores, opções culturais e sistemas de escrita³ (Sandrini, 2008, p. 168, tradução nossa).

Como podemos notar, a localização envolve uma série de etapas de níveis técnicos e tecnológicos diferentes. Envolve, além dos tradutores, profissionais da programação, gestores, atores para a captura de vozes e produção das dublagens, entre outras funções.

A tradução, por outro lado, é uma das partes integrantes da localização. O tradutor é o profissional que se concentra na tradução das linhas de textos extraídas dos softwares, as chamadas *linguistic strings*. Quando pensamos especificamente na localização de videogames, os tradutores estão envolvidos não só com a tradução de textos em tela, das interfaces, dos

² Neste capítulo de fundamentação teórica, salientamos questões centrais que servem como base para a discussão sobre o tratamento de questões culturais no subcampo dos estudos sobre tradução e localização de jogos. Não se trata de uma revisão extensiva da literatura, pois o Capítulo 4 já contém uma análise abrangente, de natureza quantitativa e qualitativa, de um *corpus* que reúne importantes publicações desse subcampo, revelando o estado da questão (Nóbrega-Therrien; Therrien, 2004).

³ Original em inglês: “[...] adapting the linguistic and cultural specifics of content (text, images, voice sequences, etc.) to a given geographical or demographic locale. It includes adapting content to the local conventions for such features as date and time formats, currencies, numbers, language, colour coding, cultural choices, writing systems”.

diálogos orais e escritos, mas também com a tradução de materiais promocionais, manuais, documentação legal e *websites* oficiais (Bernal-Merino, 2014).

A localização de jogos difere-se da localização de outros softwares por exigir um trabalho muito mais criativo do tradutor. Segundo O'Hagan e Mangiron (2013, p. 73), na tradução de Galhardi, uma importante diferença

[...] entre a localização de jogos e a de programas é o fato de que o paradigma da funcionalidade, nos jogos, deve ser atingido com uma grande quantidade de criatividade e originalidade. Mesmo sendo essencial que os jogos não travem ou congelem, além de serem intuitivos ao usuário, o fato de eles serem curiosos e divertidos de jogar é tão ou mais importante que os outros fatores. Isto acontece porque o principal propósito de um jogo é entreter o usuário, enquanto os programas de computador têm um enfoque mais utilitário.

No entanto, pensando nos propósitos deste trabalho, precisamos direcionar nosso olhar para além dos aspectos técnicos da localização, buscando compreender a maneira como as questões culturais têm sido abordadas nesse subcampo, pois entendemos que há, ainda, uma falta de clareza dos conceitos. Isso faz com que sobressaia, na prática e nos debates em torno da tradução para a localização de jogos, uma visão excessivamente mercadológica que reduz o entendimento de cultura a uma preocupação meramente linguística com as possíveis sensibilidades culturais que, caso sejam feridas de alguma forma, poderiam dificultar a aceitação de um produto em uma determinada localidade.

2.2 – Cultura

Em primeiro lugar, é importante buscar uma definição para a própria ideia de cultura, que de um ponto de vista mais amplo, pode ser entendida como uma criação humana que envolve as tradições, crenças, sistemas e valores culturais que se desenvolvem em uma determinada comunidade, em uma época, área e etnias particulares. A cultura surge a partir de um ambiente natural, condições históricas e realidades sociais, dando origem à linguagem (Yan; Huang, 2014). Ela é parte fundamental de nossas vidas diárias e inclui, além da linguagem, a religião, a culinária, as vestimentas, a arte e as normas e costumes sociais. Estamos de tal forma imersos na cultura, que tendemos a percebê-la apenas quando deslocados para uma comunidade diferente (Pyae, 2018). Já a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2009b, p. 9 *apud* Pyae, 2018, p. 3, tradução nossa), que elenca níveis mais profundos, define o termo “cultura” como “[...] um conjunto de características espirituais, materiais, intelectuais e emocionais distintas de uma sociedade ou grupo social, que envolve

não apenas a arte e a literatura, mas estilos de vida, formas de viver em grupo, sistemas de valores, tradições e crenças⁴”.

É quando pensamos na necessidade de troca entre pessoas de culturas e línguas distintas que a tradução surge como uma necessidade, pois a linguagem, em um sentido mais amplo, é o instrumento fundamental da cultura. A tradução é, portanto, produto do intercâmbio cultural e não pode existir sem cultura (Yan; Huang, 2014).

Apesar de cultura e tradução serem duas esferas hoje vistas como indissociáveis, os autores Chen Yan e Jingjing Huang (2014, p. 490, tradução nossa) apontam que,

Nas pesquisas anteriores dos Estudos da Tradução, muitos teóricos limitaram seu foco à linguística, enfatizando a mudança da forma linguística e as diferenças do sistema linguístico. No entanto, como a atividade tradutória era complexa e envolvia muitos elementos sociais e culturais, muitas questões pertinentes à atividade tradutória não podiam ser explicadas ou analisadas na dimensão da linguística⁵.

Houve, porém, um momento, no âmbito dos Estudos da Tradução, no qual se iniciou uma mudança de paradigma nas discussões sobre o ato tradutório e a avaliação de traduções que deslocou o interesse do texto e da língua para a cultura enquanto fenômeno abrangente, ou seja, um entendimento de cultura que envolve as manifestações de um povo em um dado espaço e tempo e que entende a relação condicionante recíproca que se estabelece entre linguagem e cultura (Azenha Junior, 2010). Esse momento na historiografia dos Estudos da Tradução foi chamado de “virada cultural” ou, em inglês, *cultural turn*.

Antes da virada cultural, o texto de partida era considerado o parâmetro mais importante nos estudos desse campo disciplinar e, a partir dele, estabeleciam-se todos os critérios de avaliação da tradução, uma avaliação que era feita através da comparação e privilegiando um olhar retrospectivo sobre o ato tradutório que define a busca por equivalências (Azenha Junior, 2010). Já nos estudos pós virada cultural,

[...] a abordagem cultural substitui a abordagem linguística e os fatores culturais foram valorizados pela tradução. Diferente da abordagem linguística tradicional em que a palavra, frase, oração e texto são as unidades tradutórias, na abordagem cultural a cultura torna-se a principal unidade tradutória. Ela enfatiza o importante papel que a cultura desempenhou na tradução e trata a tradução como uma mudança cultural micrográfica, com o foco de estudo mudando do texto de origem para o texto

⁴ Original em inglês: “[...] set of distinctive spiritual, material, intellectual and emotional features of society or a social group, that encompasses, not only art and literature but lifestyles, ways of living together, value systems, traditions and beliefs”.

⁵ Original em inglês: “In the past research of translation studies, many theorists limited their focus on the linguistics, emphasizing the shifting of linguistic form and the differences of linguistic system. However, since translating activity was complex involving many social and cultural elements, many issues involved in translating activity could not be explained or analyzed on the dimension of the linguistics”.

traduzido, do autor para o tradutor e da cultura de origem para a cultura receptora⁶ (YAN; HUANG, 2014, p. 491, tradução nossa).

Segundo Azenha Junior (2010), essas novas ideias trazem questionamentos sobre a própria isenção do tradutor, já que a leitura do Outro deixa de depender de aspectos e conhecimentos puramente linguísticos, tornando-se particular, singular, única. Nesse contexto, os critérios de avaliação deixam de priorizar as características individuais do texto de partida e passam a considerar a função que a tradução deverá assumir na cultura receptora.

De fato, entendemos que a tradução depende, essencialmente, da interpretação que o tradutor faz do texto de partida, uma interpretação que é única, altamente influenciada pelo histórico, pelas vivências e cultura daquele que se propõe a traduzir. Nesse sentido, não somente abandonamos a ideia de isenção, mas deixamos de tratar o texto de partida como um material “sagrado” ou hierarquicamente superior à tradução. Além disso, o tradutor adquire novo status, não sendo mais um instrumento invisível que reprime a própria criatividade para transmitir o espírito do autor original. Todas essas perspectivas novas representam avanços impulsionados pela virada cultural. Sobre isso, Yan e Huang (2014, p. 493, tradução nossa) concluem que a

[...] virada cultural nos Estudos da Tradução foi uma tendência inevitável. Ela expandiu os domínios de pesquisa dos Estudos da Tradução e forneceu uma nova perspectiva sobre a tradução, demonstrando o desenvolvimento do campo. Ela mostrou respeito à cultura nativa e à tradução flexível. Tratar os textos traduzidos como literatura independente, e não apenas como meios de transmissão de uma mensagem, contribuiu para o fortalecimento da literatura nos países nativos. A abordagem cultural trouxe energia e flexibilidade para a tradução⁷.

É importante entender os efeitos da virada cultural nos Estudos da Tradução como um todo, assim como também é necessário compreender no que consiste essa abordagem cultural trazida por essa mudança do paradigma dominante. Considerando a influência de fatores culturais na tradução, Minako O’Hagan e Carme Mangiron (2013, p. 202, tradução nossa) reforçam que

⁶ Original em inglês: “[...] cultural approach substitutes for linguistic approach and cultural factors was valued by translation. Different from traditional linguistic approach by which the word, phrase, sentence, and text are the translational units, in cultural approach culture becomes the main translational unit. It emphasizes the important role that culture played in translation, and treats translation as micrographic cultural shift with the studying focus shifting from the source text to translated text, from the author to the translator and the source culture to the receptor culture”.

⁷ Original em inglês: “[...] The culture turn in translation studies was an inevitable tendency. It expanded the research fields of translation studies and provided a new perspective of translation, which showed development of translation studies. It showed respect to native culture and flexible translation. To treat translated texts as independent literature but not merely convey its message did good to boost literature in native countries. Cultural approach brought energy and flexibility to translation”.

Essa ênfase da cultura nas teorias de tradução [...] é particularmente relevante para a compreensão das práticas de localização de jogos, uma vez que sua produção e uso estão arraigados em contextos culturais mais amplos. As escolhas do tradutor não são determinadas apenas pelas características textuais dos jogos, mas também são afetadas pela forma como os jogos são produzidos e pelas decisões tomadas por poderosas empresas de jogos⁸.

Todavia, apesar de os estudos sobre a localização de jogos se beneficiarem com essas ideias, já que os jogos lidam, evidentemente, com essas questões culturais que também são abordadas na tradução literária e em diversas outras modalidades, esse subcampo disciplinar encontra peculiaridades e problemáticas que são muito próprias dele.

Antes de mais nada, é preciso reconhecer que, apesar da relevância mundial da indústria dos jogos e da quantidade de dinheiro movimentado por ela, os estudos sobre localização de jogos ainda são escassos, gozando de pouco prestígio e recebendo reduzida atenção dos pesquisadores que atuam no campo disciplinar dos Estudos da Tradução, assim como observaremos posteriormente na presente pesquisa. Isso possivelmente acontece, pelo menos em parte, porque a história dos jogos ainda é relativamente recente, já que essa indústria surgiu e ganhou projeção mundial apenas nas últimas décadas.

No entanto, existem outros agravantes. Segundo Anthony Pym (2010), a falta de debates sobre a localização entre os teóricos da tradução tem relação com a própria natureza do discurso nesse campo, normalmente associado aos especialistas em tecnologia, que criam termos para novas tendências, que muito se empolgam com os avanços tecnológicos, com pesquisas de mercado e com ideologias advindas do capitalismo globalizante. O autor cogita que, talvez por esses mesmos motivos, os acadêmicos ainda resistam em tratar a indústria da localização com a devida seriedade, pelo menos não a ponto de levá-los a rever suas crenças sobre a própria tradução. Quando consideramos a relativa escassez de estudos sobre a tradução e localização de jogos, percebemos que essa perspectiva pode ainda permanecer, em maior ou menor grau, até os dias de hoje. Porém, conforme a indústria se expande e os jogos se tornam, cada vez mais, integrados à vida de grande parcela da população mundial, cresce também o interesse de novos pesquisadores nesse subcampo, justamente pelos jogos fazerem parte de suas vidas (como jogadores e tradutores de jogos). O interesse de novas pessoas dentro do âmbito acadêmico parece começar a abrir um espaço que antes não existia.

⁸ Original em inglês: “This emphasis of culture in translation theories [...] is particularly relevant in understanding the localization practices of games since their production and use are ingrained in broader cultural contexts. The translator’s choices are not only determined by the textual features of games, but are also affected by the way games are produced and decisions made by powerful game companies”.

Podemos mencionar, também, a questão da aceitação cultural dos jogos e de todo o preconceito em relação ao seu consumo, que é frequentemente associado a supostos efeitos negativos. Por muito tempo, foi comum ouvirmos discursos associando videogames a um comportamento infantilizado, masculino e da cultura *geek* ou *nerd*, sendo este um termo pejorativo muito usado na década de 90 e início do século XXI, no Brasil, para descrever pessoas tímidas, antissociais e estudiosas. Trata-se do que Egenfeldt-Nielsen e outros autores (2008, p. 132 *apud* O'Hagan; Mangiron, 2013, p. 202) chamam de “um nicho cultural contestado”, o que indicaria que os jogos ocupam uma posição precária na esfera cultural. Essas questões

contribuíram para impedir que os videogames fossem considerados relevantes culturalmente. Além disso, a visão de alguns setores da sociedade de que os videogames são viciantes e promovem a violência continuou a minar a percepção social dos jogos⁹ (O'Hagan; Mangiron, 2013, p. 202, tradução nossa).

Com o tempo, esses preconceitos vêm sendo reduzidos, ainda mais na época atual em que os jogos adquiriram um status tão relevante enquanto artefatos culturais, a ponto de se tornarem o maior setor da indústria do entretenimento, com jogadores de todas as idades, gêneros e condições sociais.

Por fim, e provavelmente devido, em parte, às problemáticas mencionadas anteriormente, ainda existe uma falta de clareza nos conceitos que tratam sobre questões culturais no âmbito dos estudos sobre tradução e localização de jogos, aspecto que exploramos, mais detalhadamente, na sessão posterior deste trabalho dedicada à análise qualitativa do *corpus*. Para mencionar algumas dessas incongruências, os autores responsáveis pelos trabalhos que compõem o *corpus* desta pesquisa mencionam “tradução cultural”, “adaptação cultural”, “abordagem cultural”, “localização cultural” e “culturalização”. Entre esses, o último parece ser um dos termos mais utilizados, mas todos são intercambiáveis e usados “mais ou menos” como sinônimos, com uma ou outra característica ressaltada por autores diferentes.

Edwards (2012, p. 20, tradução nossa), por exemplo, faz uma distinção entre localização e culturalização, afirmando que

A culturalização vai muito além da localização, pois analisa mais profundamente as suposições fundamentais e as escolhas de conteúdo de um jogo e, em seguida, avalia sua visibilidade no mercado amplo e multicultural, bem como em localidades geográficas específicas. A localização ajuda os jogadores a simplesmente

⁹ Original em inglês: “[...] tended to conspire against video games being considered culturally significant. Furthermore, the view held by some sectors of society that video games are addictive and promote violence has continued to undermine the social perception of games”.

compreenderem o conteúdo do jogo (principalmente por meio da tradução), mas a culturalização ajuda os jogadores a se envolverem potencialmente com o conteúdo do jogo em um nível muito mais profundo e significativo. Por outro lado, a culturalização garante que os jogadores não sejam desengajados do jogo por um conteúdo considerado destoante ou mesmo ofensivo¹⁰.

Percebemos, nessa descrição, um enfoque em noções como engajamento dos jogadores e a viabilidade de conteúdos no mercado, considerando, especialmente, a preocupação com o potencial de que esses conteúdos dos jogos possam ofender as sensibilidades culturais de jogadores em diferentes partes do mundo. Edwards (2008 *apud* O'Hagan; Mangiron, 2013) expande a definição ao afirmar que a culturalização representa a habilidade de identificar e solucionar potenciais problemas antes mesmo do lançamento dos jogos. Isso significa ter um cuidado especial ainda nas etapas de desenvolvimento para evitar prejudicar o interesse comercial e a imagem pública das empresas envolvidas com o jogo. Crosignami e outros (2008 *apud* O'Hagan; Mangiron, 2013), por outro lado, demonstram uma grande preocupação com a questão da suspensão de descrença, ou seja, a tolerância à implausibilidade de um conteúdo que leva em conta suas limitações e impede que elas afetem o conteúdo disponibilizado pelo criador. Esses autores afirmam que a culturalização deve manter o apelo do jogo em suas versões localizadas, evitando que expressões potencialmente ofensivas ou fora de contexto “quebrem a magia” do jogo. Já Dietz (2006 *apud* O'Hagan; Mangiron, 2013) define culturalização como uma forma de adaptação do conteúdo dos jogos que leva em conta convenções e preferências culturais, especialmente no que diz respeito a tópicos como sexo, violência e religião.

Outro conceito utilizado, e que ressaltamos aqui, é o da localização cultural, que Carme Mangiron (2008 *apud* O'Hagan; Mangiron, 2013, p. 211, tradução nossa) define como a “adaptação do conteúdo cultural de um jogo para que possa ser comercializado de forma bem-sucedida internacionalmente¹¹”.

Todos esses conceitos propostos, mesmo com alguns enfoques distintos sendo introduzidos por autores diferentes, parecem priorizar questões mercadológicas. É interessante notar que, apesar de haver uma variedade de conceitos na abordagem das questões culturais, o que implica também a falta de clareza no desenvolvimento teórico desse campo de estudos, eles

¹⁰ Original em inglês: “Culturalization is going a step further beyond localization as it takes a deeper look into a game’s fundamental assumptions and content choices, and then gauges their visibility in both the broad, multicultural marketplace as well as in specific geographic locales. Localization helps gamers simply comprehend the game’s content (primarily through translation), but culturalization helps gamers to potentially engage with the game’s content at a much deeper, more meaningful level. Conversely, culturalization ensures that gamers will not be disengaged from the game by a piece of content that is considered incongruent or even offensive”.

¹¹ Original em inglês: “adaptation of the cultural content of a game to be able to market it successfully internationally”.

trazem uma ideia semelhante, muito preocupada com problemas de aceitação que poderiam impactar as vendas de um produto. Sobressai, portanto, a visão da indústria, das grandes empresas envolvidas no processo de produção e comercialização de jogos. No esforço de conquistar novos mercados através da localização, há muito pouco interesse em problemáticas culturais mais profundas, restando a preocupação com a adaptação de elementos, linguísticos ou não, que poderiam esbarrar em sensibilidades culturais, o que ofenderia jogadores e prejudicaria a imagem pública da empresa, ou que poderiam entrar em conflito com legislações locais específicas. Além disso, resta a preocupação com a reprodução da experiência do jogo original, incluindo a estética, fatores de jogabilidade e a “sensação” do jogo. Como Anthony Pym (2010, p. 136, tradução nossa) ressalta ao abordar as críticas aos estudos sobre tradução e localização, “os especialistas da indústria não sentem qualquer necessidade de conceitos teóricos cuidadosos e têm pouco tempo para pesquisas empíricas extensas dentro da estrutura de tais conceitos”¹². Sem esse interesse por parte da indústria e dos especialistas, que se preocupam essencialmente com os faturamentos, cabe aos pesquisadores o papel de ir além das preocupações mercadológicas, de forma a investigar os impactos sociais e culturais da própria tradução no âmbito da localização de jogos.

Por tudo isso, entendemos que a noção de cultura empregada nos estudos sobre localização de jogos tem sido distorcida pela lógica capitalista, no sentido de atender somente às exigências e expectativas da indústria, tornando-se, dessa forma, demasiadamente estática, já que desconsidera a condição humana que sustenta e é sustentada pela cultura. Falar de tradução é falar de humanização, pois ela é um instrumento que modifica a comunicação humana e que, por sua vez, é modificado por ela. Há, portanto, um alto grau de responsabilidade que o tradutor deve considerar em sua prática, não somente com as exigências da indústria, mas com as consequências de suas escolhas tradutórias. A indústria da localização de jogos oferece, felizmente, um espaço de liberdade criativa muito grande aos tradutores, praticamente uma carta branca para alterar o que julgarem necessário (Mangiron, 2006), fato que eles podem explorar no sentido de valorizar a cultura e as experiências compartilhadas por seu povo.

2.3 – A não neutralidade do ato tradutório

Na esperança de contribuir com esse debate sobre o poder transformador da tradução, para bem ou para mal, destacamos, também, um importante estudo conduzido por Franco

¹² Original em inglês: “The industry experts have no need for careful theoretical concepts, and little time for extensive empirical research within the frame of such concepts”.

Aixelá e Vargas Gómez (2012). A partir dele, entendemos que a tradução, enquanto ato imbuído das intencionalidades dos diversos atores envolvidos em seu processo, além das visões de mundo do próprio tradutor, não pode ser considerada um ato neutro, especialmente quando lidamos com produtos culturais, como é o caso da tradução que ocorre dentro do processo de localização de jogos. Por mais que o mito das “pontes culturais” seja bem difundido, reforçando a ideia de que a tradução permite um intercâmbio pleno entre culturas, assim como a propagação do conhecimento e a democratização das relações internacionais, uma análise mais atenta da realidade revela que isso nem sempre acontece (Franco Aixelá; Vargas Gómez, 2012). É o que os autores demonstram em seu estudo feito a partir da análise das traduções de poesias costarriquenhas.

Apesar de os autores reconhecerem que a tradução é, de fato, uma ferramenta imprescindível para evitar que o conhecimento seja fragmentado e acessível apenas aos especialistas e falantes da língua franca do momento, eles também reconhecem que, por ser uma atividade humana sujeita às convenções sociais e ao desequilíbrio existente nas relações interculturais, ela muitas vezes perde seu potencial de funcionar como um instrumento de resistência e se transforma em uma ferramenta para a manutenção do estado das coisas, propagando a cosmovisão das potências hegemônicas.

Franco Aixelá e Vargas Gómez (2012) ressaltam que a literatura proveniente de culturas não hegemônicas, como é o caso da costarriquenha, é subordinada quase que integralmente aos critérios de seleção e à maneira de traduzir imposta pelo polo receptor. No estudo que fizeram, os autores analisaram as traduções para o alemão, o inglês, o romeno e o sueco de poesias da Costa Rica que foram traduzidas no século passado. A prolífica poesia costarriquenha do século XX passou, ao longo de décadas, por cinco gerações poéticas, incluindo a geração modernista, a pós-modernista, a pré-vanguardista, a vanguardista e a pós-vanguardista, cada uma debruçando-se sobre temas e preocupações próprios do período e do lugar. No entanto, apesar de toda essa diversidade, o estudo mostrou que 92% das traduções realizadas estavam ligadas à última geração. Além disso, poucos escritores foram traduzidos quando comparados ao número total de poetas e poetisas estudados. Os temas também foram selecionados de forma parcial, já que as traduções abordavam principalmente obras que trataram de temáticas feministas, sociais ou sociopolíticas. Esses são, segundo os autores, os critérios de seleção. Porém, quando observadas as formas de traduzir escolhidas, Franco Aixelá e Vargas Gómez também notaram um apagamento sistemático de certos traços presentes nas obras originais que não interessavam ao polo receptor. Enquanto as obras contendo traços menos “convencionais” tinham seus conteúdos reproduzidos de maneira muito apegada ao texto fonte, nas obras com

padrões fixos de rima, versificação, de organização em estrofes, que contavam com um léxico mais formal e com uma sintaxe elaborada, essas características foram completamente apagadas ou consideravelmente atenuadas. Disso se conclui que o polo receptor não só determinou o que deveria ser traduzido para suprir suas necessidades, ele também buscou anular sistematicamente os traços convencionais ou formais, o que criou uma imagem distorcida da poesia costarrriquenha que é compatível apenas com as expectativas das culturas hegemônicas. Isso gerou uma ilusão de uniformidade que de forma alguma representa a realidade heterogênea, a complexidade histórica e a diversidade das produções nesse país, tanto do ponto de vista dos temas quanto das formas ou linguagens (Franco Aixelá; Vargas Gómez, 2012).

De maneira correlata, Venuti (2002), ao dissertar sobre a formação de identidades culturais, afirma que a tradução levanta, muitas vezes, suspeitas, justamente porque ela tende, assim como o autor pôde observar no âmbito do mercado editorial estadunidense que pesquisava, a domesticar textos estrangeiros, à medida em que valores linguísticos e culturais inteligíveis de comunidades específicas são inscritos neles. Segundo o autor, esse seria um processo que, assim como Franco Aixelá e Vargas Gómez apontaram, começa na própria escolha do texto, que acontece de acordo com interesses particulares, mas continua durante o desenvolvimento da estratégia de tradução, que implica a reescrita do texto estrangeiro em dialetos locais, selecionando alguns valores domésticos em detrimento de outros. Venuti, na tradução de Laureano Pelegrin, Lucinéia Marcelino Villela, Marileide Dias Esqueda e Valéria Biondo, (2002, p. 130) ainda afirma que

Sem dúvida, o efeito que produz as maiores consequências — e, portanto, a maior fonte potencial de escândalo — é a formação de identidades culturais. A tradução exerce um poder enorme na construção de representações de culturas estrangeiras. A seleção de textos estrangeiros e o desenvolvimento de estratégias de tradução podem estabelecer cânones peculiarmente domésticos para literaturas estrangeiras, cânones que se amoldam a valores estéticos domésticos, revelando assim exclusões e admissões, centros e periferias que se distanciam daqueles existentes na língua estrangeira. As literaturas estrangeiras tendem a ser desvinculadas do seu sentido histórico pela seleção de textos para tradução, afastadas das tradições literárias estrangeiras nas quais estabelecem seu significado. Os textos estrangeiros são, em geral, rescritos para se amoldarem a estilos e temas que prevalecem naquele período nas literaturas domésticas, em detrimento de discursos tradutórios mais caracterizados pela historicidade, que recuperam estilos e temas do passado, inserindo-os nas tradições domésticas.

Entender o poder que a tradução tem na formação de identidades culturais é especialmente importante a quem se propõe a estudar as questões culturais na localização. Apesar de a tradução na indústria da localização de jogos ter algumas particularidades que a distanciam da tradução literária que tanto Venuti quanto Franco Aixelá e Vargas Gómez se

propuseram a investigar, o estudo e as reflexões propostas, especialmente os desses dois últimos autores, reforçam a importância de se pensar na influência que o tradutor pode exercer sobre a manutenção de um estado injusto das coisas, reiterando que sua prática pode representar, se assim for o seu desejo, uma forma de resistência a esse processo. Essa reflexão é especialmente relevante quando consideramos a realidade do Brasil, que pertence, no âmbito das disputas por poder no mundo globalizado, ao grupo das culturas não hegemônicas. Embora muitas condições sejam impostas aos tradutores na indústria, eles ainda podem e devem buscar uma compreensão melhor das noções de cultura que permeiam seus trabalhos, mobilizando suas vivências e seus potenciais criativos não somente para cumprir com o objetivo final da localização, ou seja, o de fornecer experiências envolventes e divertidas aos jogadores, mas, também, para evitar a perpetuação de injustiças e preconceitos na prática tradutória.

Ressaltamos, porém, que as reflexões de Franco Aixelá e Vargas Gómez partem de uma realidade em que os países hegemônicos importam as produções literárias de outros locais, não só selecionando as obras que mais importam para eles naquele momento, mas moldando-as às suas necessidades domésticas. Nesse contexto, podemos até mesmo pensar que a domesticação dos textos é uma prática perniciosa, justamente porque muitas vezes parte de países em uma posição privilegiada, subjugando a cultura e a história dos países não hegemônicos. Esses esforços de seleção e domesticação dos textos,

[...] fixam estereótipos para culturas estrangeiras, excluindo valores, debates e conflitos que não estejam a serviço de agendas domésticas. Ao criar estereótipos, a tradução pode vincular respeito ou estigma a grupos étnicos, raciais e nacionais específicos, gerando respeito pela diferença cultural ou aversão baseada no etnocentrismo, racismo ou patriotismo (Venuti, 2002, p. 130).

No entanto, na ótica da localização de jogos, a domesticação é a regra maior da indústria, sendo uma das estratégias mais empregadas por tradutores (Sajna, 2018). Mais do que isso, quando consideramos a relevância dos EUA, Europa e Japão na produção e comercialização de jogos, percebemos que são os países hegemônicos que agora exportam seus produtos culturais, escolhendo quais países e mercados consumidores os interessam. A lógica, então, é invertida, e os tradutores, especialmente aqueles de países menos poderosos no âmbito das relações internacionais, passam a representar, portanto, uma linha de defesa contra a importação de valores injustos e preconceituosos. Consideramos, então, muito pertinente o argumento de que a domesticação, quando realizada por um país hegemônico, pode apagar a relevância do país em uma posição mais fragilizada, subjugando ainda mais a sua cultura. No entanto, quando realizada por um país não hegemônico, ela pode funcionar como forma de

resistência, se assim for o desejo dos tradutores envolvidos, já que potencialmente dificulta o avanço da influência das potências que exportam sua cultura para países menos favorecidos nas relações de poder estabelecidas pela globalização. Entretanto, reconhecemos que os tradutores na indústria de jogos, apesar de receberem maior liberdade criativa do que os que atuam em outros setores mais tradicionais, muitas vezes não gozam de plenos poderes para realizar as mudanças que julgarem necessárias, já que a liberdade desses profissionais pode ser limitada pelas decisões das empresas envolvidas e pelas preferências do próprio público-alvo. Ressaltamos, ainda, que não queremos de forma alguma defender um pensamento extremista, e até mesmo ufanista, que busca barrar a entrada de influências culturais exteriores na cultura de chegada, como forma de manter um “purismo” cultural. Esse seria um ideal, a nosso ver, muito equivocado. Não se trata disso. Na verdade, compreendemos que

[...] a globalização pode vir a ser uma fonte saudável de trocas culturais, fazendo com que diferentes pessoas em diferentes partes do mundo se conheçam e se reconheçam no outro. Muito há a ser aprendido com outras culturas quando não se tem a pretensão de difundir a sua cultura como superior em relação às demais (Tilio, 2009, p. 41).

Os jogos localizados, na verdade, requerem uma negociação entre culturas que gera um processo complexo de hibridização cultural (Di Marco, 2007). Em nossa concepção, isso não é, de forma alguma, um fato inerentemente prejudicial para as culturas envolvidas, mas é importante que o tradutor tenha um papel ativo e consciente nesse processo, de forma a dedicar um cuidado maior aos atributos e vivências do Outro. As contribuições de Franco Aixelá e Vargas Gómez (2012) são, para este trabalho, um ponto de partida que nos permite reconhecer a não neutralidade do ato tradutório e o seu potencial para a disseminação de preconceitos e visões distorcidas do Outro.

Partindo desse pressuposto, defendemos, durante todo este trabalho, a ideia do tradutor enquanto guardião da cultura, a pessoa que, de posse de suas noções de cultura vivida e compartilhada pelo seu povo, trabalha, de maneira consciente, evitando contribuir para a perpetuação de um estado injusto das coisas, que envolve, em nossa concepção, mais do que as relações de dominação que ocorrem no âmbito da globalização, mas todo e qualquer pensamento, referência ou ideal que promova qualquer tipo de agressão ou exclusão ao Outro e à sua identidade.

CAPÍTULO 3 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após a Introdução e Capítulo 1, a parte seguinte deste trabalho consiste na análise bibliométrica de um *corpus* que reúne trabalhos publicados em revistas científicas, em anais de eventos e em livros. A bibliometria é um subcampo da Ciência da Informação que se dedica à análise de dados bibliográficos, visando medir a produção científica de indivíduos, grupos de pesquisadores e instituições, bem como identificar tendências e padrões de pesquisa. A partir da aplicação de técnicas estatísticas e matemáticas, a bibliometria permite a descrição da literatura, representando uma análise quantitativa da informação que fornece uma avaliação objetiva da produção científica (Araújo, 2006).

Em um contexto acadêmico, a bibliometria é uma ferramenta importante que auxilia na tomada de decisões estratégicas em relação à pesquisa e ao ensino, já que possibilita a medição da produção científica em uma determinada área do conhecimento. Os métodos bibliométricos podem ser aplicados a diversas fontes de informação, como artigos científicos, teses, dissertações, livros, patentes etc.

Em suma:

[...] os métodos aplicados em estudos bibliométricos e cienciométricos incluem contagem de publicações, citações, análise dos tipos de temas investigados, contagem e análise das palavras-chave, dos autores e das instituições mais influentes. Esses estudos, a partir de tais variáveis, mensuram a produção de um determinado país ou área do conhecimento por meio da produção de teses de doutorado, dissertações de mestrado, livros, anais de congressos e, principalmente, por meio dos periódicos acadêmicos, que se constituem em uma grande fonte de busca, já que oferecem coleções de artigos de natureza periódica e publicados a partir de um sistema rigoroso de revisão por pares, que visa garantir a qualidade das produções (Esqueda; Freitas, 2020, p. 35).

A partir das técnicas bibliométricas, aplicamos o método indutivo para inferir generalizações a partir de dados particulares constatados (Marconi; Lakatos, 2003), os quais são, no nosso caso, observáveis nas publicações que compõem o universo do *corpus*. Segundo Crivelente (2019, p. 88),

A indução é um processo de abstração em que, a partir de uma amostra restrita de dados da realidade, são inferidas conclusões gerais ou universais que vão além da amostra analisada. No caso dos estudos bibliométricos, como o próprio nome indica, trata-se de mensurar determinados fenômenos da realidade por procedimentos estatísticos e probabilísticos. Deve-se lembrar que a argumentação indutiva difere da dedutiva porque, nesta, as premissas verdadeiras levam, necessariamente, a conclusões verdadeiras. Nos processos indutivos, contudo, a conclusão extrapola as premissas, de tal forma que as conclusões são consideradas prováveis.

Portanto, partimos de técnicas bibliométricas para realizar inferências e construir hipóteses através de um *corpus* que, apesar de não ser extenso, torna-se representativo em função da metodologia que é utilizada e descrita aqui, revelando tendências gerais no estudos desenvolvidos no subcampo disciplinar da tradução e localização de jogos.

Na análise bibliométrica, uma série de softwares podem ser empregados, tanto na composição do *corpus* de análise quanto no tratamento dos metadados de cada resultado da pesquisa e confecção dos mapas bibliométricos. Para os fins deste trabalho, selecionamos softwares gratuitos que são disponibilizados on-line para todos os pesquisadores interessados.

No momento de pesquisa dos arquivos que irão compor o *corpus*, o software Publish or Perish¹³ (PoP) foi uma ferramenta de grande utilidade. O PoP, além de ser um software gratuito capaz de realizar análises bibliométricas e cienciométricas, também funciona como um motor de busca, já que acessa bases de dados on-line para levantar resultados de acordo com os parâmetros inseridos. Por esses motivos, optamos, neste trabalho, pelo uso do PoP, em sua versão 8.8.4275.8412 para Windows 10.

Essa ferramenta, desenvolvida pela professora Anne-Wil Harzing, é amplamente utilizada em análises bibliométricas. Ela permite a busca e coleta de dados bibliográficos de diversas fontes, como Google Scholar, Web of Science, Scopus, Crossref, entre outras, e apresenta uma ampla gama de indicadores bibliométricos, incluindo o número de citações, o índice h, que indica os artigos mais citados e funciona como um indicador de relevância nas produções científicas, o índice g, que indica o cálculo da quantidade de citações anuais que os trabalhos recebem, entre outros.

Neste trabalho, optamos por utilizar o PoP e acessar, através do motor de busca do próprio programa, a base de dados do Google Scholar, ou “Google Acadêmico” em português. Essa base de dados tem o benefício de ser totalmente gratuita e não exigir qualquer tipo de cadastro por parte do usuário. No entanto, ela é uma base de dados generalista, que gera um volume de resultados muito grande nas buscas, muitos dos quais podem ser irrelevantes para a finalidade do trabalho. Por isso, a construção de um *corpus* a partir da ferramenta exige uma checagem posterior atenta dos resultados.

Como este trabalho tem o objetivo de investigar a maneira como questões culturais são abordadas em estudos sobre a tradução e localização de jogos, optamos pela pesquisa na base de dados a partir do uso de palavras-chave, uma forma de pesquisa mais abrangente que pode gerar o maior número possível de resultados. Os resultados indicam, dessa forma, todos os

¹³ Disponível para download em: <https://harzing.com/resources/publish-or-perish/windows>.

trabalhos que contém as palavras selecionadas em seu *abstract*, nas *keywords*, no corpo do texto, ou em suas referências. Por isso, até mesmo a seleção das palavras-chave deve ser pensada com o devido cuidado.

Nesse processo de buscar as palavras-chave ideais para a finalidade de nossa pesquisa, recorreremos a duas obras: o livro *Game Localization* de Minako O'Hagan e Carme Mangiron (2013) e o *Dictionary of Translation Studies* de Mark Shuttleworth e Moira Cowie (2014). Optamos por selecionar palavras-chave em inglês nessas obras porque essa é a língua com maior probabilidade de gerar mais resultados, já que os resumos e as palavras-chave das publicações são frequentemente escritos na língua principal do texto e em inglês para fins de internacionalização da ciência. Essa decisão permite que a pesquisa exiba o maior número possível de obras, incluindo pesquisadores provenientes de diferentes países.

O livro *Game Localization* é uma importante obra de referência voltada para profissionais e pesquisadores do subcampo disciplinar da tradução e localização de jogos. A obra apresenta uma visão geral do processo de localização desses produtos, abordando desde aspectos técnicos até questões culturais, sociais e linguísticas envolvidas no processo de tradução e adaptação de jogos para diferentes mercados e públicos. Com estudos de casos e exemplos práticos, as autoras exploram o tema de forma aprofundada, o que fez com que a obra se tornasse uma referência dentro dos Estudos da Tradução para os pesquisadores de tradução e localização, sendo citada por muitos trabalhos acadêmicos.

A obra contém, em especial, um capítulo intitulado “Cultural contexts of game production” (em tradução livre para o português: “Contextos culturais da produção de jogos”), que aborda justamente as questões que nos propomos a pesquisar. A partir da leitura do livro, buscamos destacar os termos empregados pelas autoras e demais autores citados que tratam sobre questões culturais no âmbito da tradução e localização de jogos. Embasando-nos nessa leitura, selecionamos os seguintes termos empregados pelas autoras, os quais passaram a compor as palavras-chave de pesquisa para criação do *corpus*: *cultural localization*, *culturalization* e *cultural adaptation*.

Já a partir do *Dictionary of Translation Studies*, extraímos dois termos relacionados à tradução que lida com elementos culturais, que, segundo os autores, são equivalentes: *cultural translation* e *cultural approach*. A tradução cultural, ou abordagem cultural, seria

Um termo usado informalmente para se referir a tipos de tradução que funcionam como uma ferramenta para a pesquisa intercultural ou antropológica, ou mesmo para qualquer tradução que seja sensível tanto a fatores culturais quanto linguísticos. Essa sensibilidade pode surgir quando se apresenta, aos destinatários da língua de chegada, um texto transparente, que os informe sobre os elementos da cultura de origem, ou

quando são empregados itens de chegada que possam, de alguma forma, ser considerados culturalmente “equivalentes” aos itens do texto de partida que estão sendo traduzidos. Assim, um tradutor que usa uma abordagem cultural está simplesmente reconhecendo que cada língua contém elementos derivados de sua cultura (como saudações, expressões fixas e *realia*), que todo texto está ancorado em uma cultura específica e que as convenções de produção de texto e recepção variam de cultura para cultura¹⁴ (Shuttleworth; Cowie, 2014, p.35, tradução nossa).

Como a definição do termo ressalta a questão de uma tradução sensível a fatores culturais e linguísticos, decidimos pela utilização de *cultural translation* e *cultural approach* como palavras-chave a serem inseridas no PoP para a pesquisa na base de dados do Google Scholar.

Além das palavras e termos diretamente relacionados a questões culturais, selecionamos a palavra-chave *game localization* como um termo obrigatório na busca. Isso quer dizer que todos os resultados precisam ter a ocorrência do termo *game localization* e a ocorrência de pelo menos um dos outros termos relacionados à questão cultural. Essa relação entre as palavras-chave pode ser estabelecida através dos operadores booleanos “AND” e “OR”, que são reconhecidos pelo PoP no campo de buscas.

Temos, por fim, a seguinte linha, englobando todas as palavras-chave selecionadas: *game localization OR game localisation AND culturalization OR culturalisation OR cultural translation OR cultural approach OR cultural adaptation OR cultural localization OR cultural localisation*. É importante ressaltar que algumas palavras tiveram que ser repetidas tanto na grafia com “s” quanto na grafia com “z”, de forma a considerar as diferenças entre o inglês americano e o europeu.

A Figura 1 demonstra a interface gráfica do PoP, já com a busca concluída e com todas as informações exibidas em tela:

¹⁴ Original em inglês: “[...] A term used informally to refer to types of translation which function as a tool for cross-cultural or anthropological research, or indeed to any translation which is sensitive to cultural as well as linguistic factors. Such sensitivity might take the form either of presenting TL recipients with a transparent text which informs them about elements of the source culture, or of finding target items which may in some way be considered to be culturally “equivalent” to the ST items they are translating. Thus a translator who uses a cultural approach is simply recognizing that each language contains elements which are derived from its culture (such as greetings, fixed expressions and *realia*), that every text is anchored in a specific culture, and that conventions of text production and reception vary from culture to culture”.

Figura 1: Interface do PoP

The screenshot displays the PoP interface with search results and citation metrics. The search terms are "game localization" OR "game localisation" AND "c...". The search results table shows 443 papers with 13998 citations and a Cites/year of 608.61. The citation metrics section shows a total of 443 papers, 13998 citations, and a Cites/year of 608.61. The search results table lists the following papers:

Cites	Per year	Rank	Authors	Title
36	5.14	1	CM i Hevia	Games without borders: The cultural dimension of game localisation
19	3.80	2	A Pyae	Understanding the role of culture and cultural attributes in digital game localization
30	6.00	3	L Dong, C Mangiron	Journey to the East: Cultural adaptation of video games for the Chinese market
37	6.17	4	C Mangiron	Research in game localisation: An overview
34	4.25	5	M O'Hagan	Game localisation as software-mediated cultural experience: Shedding light on the changing role of translation in inter-
0	0.00	6	J Roshamm	Cultural Adaptation in Video Game Localization: An Analysis of Cutscene Scripts in Japanese and its Translation to English
2	0.40	7	A Pyae, HH Zaw, MT Khine	Understanding the impact of cultural contents in digital games on players' engagement, enjoyment, and motivation in
10	5.00	8	C Mangiron	Found in translation: evolving approaches for the localization of japanese video games
3	1.00	9	H Hsu	Localization and culturalization for a history-based game: The case of Detention
1	0.50	10	X Zhang	Video game localization: Translating interactive entertainment
0	0.00	11	S Xinyan, T Jianguo	On Translation Strategies of Culture-Specific Items in Game Localization

Fonte: Elaborada pelo autor

O campo na parte inferior da Figura 1 revela os resultados da pesquisa na base dados, contendo colunas que informam, respectivamente, o número de citações e o índice h, a média de citações por ano, a classificação de acordo com a relevância dos resultados e o título. Já na parte superior direita, são exibidas as métricas de citações para esse conjunto de resultados.

Ao todo, a busca gerou 443 resultados, englobando trabalhos publicados na janela de tempo entre os anos 2000 e 2023. O ano 2000 foi definido como parâmetro inicial pelo próprio software, já que não estipulamos uma data para a busca. Em condições normais, estipula-se um intervalo de tempo para filtrar os resultados, pois o PoP consegue exibir até o limite máximo de 1000 publicações. No entanto, na nossa área de investigação, a escassez de publicações é evidente, não chegando a atingir essa quantia. Portanto, não estipulamos qualquer data, justamente para que o software pudesse exibir a quantidade total de resultados existentes para esses parâmetros de busca por palavras-chave. As caixas de opção para *CITATION records* e *patents* foram desmarcadas para evitar resultados irrelevantes para os propósitos desta pesquisa, na qual pretendemos analisar apenas artigos científicos publicados, capítulos de livros e resumos expandidos. No entanto, como foi dito anteriormente, todos os trabalhos elencados pela busca precisam ser conferidos, um por um, de forma a possibilitar a exclusão manual de arquivos que possam poluir o *corpus*. O Google Scholar, por ser uma base de dados generalista

e bastante extensa, pode gerar resultados que fogem ao tema, entradas com dados incorretos e até mesmo *links* quebrados.

Considerando esses aspectos, elaboramos, de acordo com as especificidades desta pesquisa, uma série de critérios de exclusão para serem aplicados nesse momento de checagem manual dos arquivos, buscando, com isso, construir um *corpus* preciso e coerente com o estudo proposto, e eliminando, tanto quanto possível, a subjetividade na seleção dos trabalhos que compõem o *corpus*. Ao todo, foram estabelecidos seis critérios de exclusão a serem aplicados em ordem, da primeira à última etapa. Se um trabalho passa por uma etapa, o próximo critério deve ser aplicado. Se passar por todas as etapas, o artigo, capítulo ou resumo expandido é inserido no *corpus* final. Os critérios de exclusão são descritos, em ordem de aplicação, a seguir:

1. **Links quebrados:** bases de dados on-line podem passar por instabilidades e reformulações ao longo do tempo. Por isso, a pesquisa no Google Scholar pode gerar resultados que já foram excluídos ou que, por um motivo ou outro, estavam fora do ar no momento da busca. Por isso, cada um dos 443 resultados deve ser acessado para garantir que os *links* estão atualizados e ainda levam aos arquivos dos trabalhos.
2. **Entradas duplicadas:** alguns resultados podem aparecer na busca mais de uma vez. Cada ocorrência de um trabalho na internet aparece na pesquisa na base de dados do Google Scholar e, por isso, os resultados duplicados precisam ser excluídos. Certos trabalhos podem ser publicados em revistas científicas específicas e livros de acesso fechado e, depois, disponibilizados gratuitamente pelo próprio autor em redes como a Academia.edu ou Researchgate.net. Nesse caso, excluímos a entrada repetida que leva à publicação de acesso fechado e selecionamos a de acesso aberto. Nessa etapa, também foram excluídos os casos de traduções de artigos que já constam na busca.
3. **Conteúdo pago ou de acesso restrito:** para os fins deste estudo, optamos por trabalhar apenas com ciência aberta. Uma série de publicações indicadas pela pesquisa na base de dados do Google Scholar estão restritas a serviços de assinatura de revistas científicas e pela compra de artigos individuais ou de livros completos e não foram disponibilizadas pelos autores em outros meios. Infelizmente, não dispomos dos recursos para adquirir o acesso aos conteúdos pagos. Obviamente, esse critério elimina um considerável número de resultados publicados em periódicos de países anglófonos e demais países europeus, mas o

corpus resultante contemplou os autores mais citados e relevantes desse subcampo e, portanto, revela tendências importantes nos estudos desenvolvidos sobre a tradução e localização de jogos que tratam sobre a questão da adaptação cultural. Por outro lado, também compreendemos que a menor acessibilidade dos conteúdos pagos e restritos também faz com que eles tenham um impacto e influência reduzidos no desenvolvimento da pesquisa nesse subcampo. Se desconsiderarmos essa questão, existiria ainda a alternativa de trabalhar com a análise de resumos e *abstracts* que estão amplamente disponíveis, mas o objetivo desta pesquisa demanda uma leitura aprofundada do texto completo para análise de todas as passagens que tratam sobre questões culturais inerentes à tradução e localização de jogos, o que torna essa abordagem inadequada.

4. **Língua em que o trabalho foi escrito:** uma vez que os resultados com acesso restrito já foram eliminados na etapa anterior, observamos se o corpo dos trabalhos foi escrito em inglês, espanhol ou português. Qualquer outra língua foi removida, já que nossa compreensão linguística se resume aos idiomas citados.
5. **Tipo de publicação:** priorizamos os artigos científicos, capítulo de livros que reúnem trabalhos de diferentes autores e que estão disponíveis gratuitamente e resumos expandidos, excluindo obras extensas, tais como teses, dissertações e livros completos não somente por restrições de tempo para a condução deste trabalho, já que todas essas obras precisam ser lidas e examinadas minuciosamente numa etapa posterior da pesquisa, mas porque entendemos, sobretudo, que os artigos são o veículo principal responsável pela divulgação científica e por compartilhar os resultados das pesquisas. A busca na base de dados do Google Scholar também gerou resultados referentes a editoriais, páginas de internet, planos e ementas de disciplinas universitárias, resenhas de livros e resumos simples, os quais foram devidamente removidos.
6. **Assunto:** nessa última etapa de exclusão, verificamos diretamente o texto para identificar se o resultado da busca diz respeito a um trabalho que trata realmente sobre a tradução e localização de jogos no âmbito dos Estudos da Tradução. Os processos da localização de jogos são estudados, também, em campos de estudo como Marketing, Desenvolvimento de Softwares e Design. Trabalhos desses campos foram removidos. Também foram excluídos trabalhos inseridos nos Estudos da Tradução, mas que, apesar de tratarem sobre localização e tradução de jogos, não fazem qualquer menção a questões culturais no corpo do texto. É

possível obter esse tipo de resultado porque, mesmo que a obra não fale sobre cultura em momento algum, a pesquisa por palavras-chave pode identificar ocorrências também nos títulos das obras utilizadas nas referências bibliográficas da publicação. Além disso, alguns resultados tratam sobre a localização de uma forma mais ampla, abordando a localização de softwares utilitários. Estes também não foram incluídos no *corpus* final. Como essa forma de pesquisa reúne todos os resultados que contenham pelo menos uma ocorrência das palavras-chave selecionadas no corpo do texto ou nas referências, trabalhos não relevantes precisam ser identificados ainda nesta etapa.

Ao final desse processo de eliminação de todos os resultados não relevantes para esta pesquisa, de acordo com os critérios estabelecidos, o número inicial de 443 foi reduzido ao total de 48 trabalhos que passaram a compor o *corpus* final, envolvendo um período de publicação que vai do ano de 2006 ao ano de 2022. A tabela a seguir demonstra a quantidade de trabalhos descartados em cada uma das 6 etapas de exclusão, assim como o número de arquivos que foram, ao final do processo, selecionados:

Tabela 1: Trabalhos excluídos/selecionados para o *corpus*

Etapa de exclusão/seleção	Número de trabalhos
1ª etapa de exclusão – <i>Links</i> quebrados	6
2ª etapa de exclusão – Entradas duplicadas	22
3ª etapa de exclusão – Conteúdo pago ou de acesso restrito	126
4ª etapa de exclusão – Língua em que o trabalho foi escrito	45
5ª etapa de exclusão – Tipo de publicação	153
6ª etapa de exclusão – Assunto	43
Trabalhos selecionados para o <i>corpus</i>	48
TOTAL	443

Fonte: Elaborada pelo autor

É importante ressaltar que certos resultados poderiam ser enquadrados em duas ou mais etapas de exclusão. No entanto, como definimos uma ordem de prioridade, os resultados que

falham em uma etapa deixam de ser checados nas próximas. Dessa forma, simplificamos a organização dos dados e fechamos a tabela com o número de 443 arquivos revelados pela busca inicial no Google Scholar, assim como os motivos que levaram à exclusão de um número relevante deles. Os dados da Tabela 1 confirmam o quanto é fundamental que os resultados sejam conferidos e tratados antes do momento de composição do *corpus*.

É notável, também, a quantidade de trabalhos (126) que está, virtualmente, inacessível a uma grande parcela de pesquisadores que não possuem verbas para a aquisição de assinaturas e de documentos específicos em revistas pagas. Isso demonstra a importância de iniciativas de Ciência Aberta, ou *Open Science*, que tornam a pesquisa científica mais acessível, transparente e colaborativa, partindo do pressuposto de que o conhecimento científico deve ser compartilhado livremente e de forma aberta, o que permite que pesquisadores de todo o mundo tenham acesso a dados, métodos e resultados de pesquisas, fomentando a colaboração científica. Certas universidades, sejam estrangeiras ou brasileiras, fornecem, para o corpo docente e discente, o acesso institucional a plataformas pagas que hospedam uma série de publicações. No entanto, esse acesso depende de assinaturas e parcerias estabelecidas por cada instituição e dificilmente cobriria todos os resultados gerados por uma pesquisa em uma base de dados generalista como o Google Scholar.

Mais relevante do que as limitações de ordem financeira na determinação de nossos critérios de exclusão é a questão política que nos motiva a trabalhar não somente com softwares gratuitos, como o VOSviewer e o Publish or Perish, mas com as publicações amplamente acessíveis a pesquisadores e à comunidade em geral. Defendemos, portanto, todo o movimento pela ciência aberta que surge em meio à tensão entre a crescente colaboração e compartilhamento de informações, conhecimento e cultura, e os mecanismos de captura e privatização desse conhecimento coletivamente produzido (Albagli, 2015). Com alcance internacional, esse movimento denuncia a inadequação dos atuais métodos de produção e comunicação científica, destacando obstáculos legais e econômicos à sua livre circulação e colaboração, apesar da ausência de barreiras técnicas para a disseminação imediata da informação (Albagli, 2015). Destacamos que a ciência aberta

[...] promove o aumento dos estoques de conhecimento público, propiciando não apenas a ampliação dos índices gerais de produtividade científica e de inovação, como também a das taxas de retornos sociais dos investimentos em ciência e tecnologia. Tem-se demonstrado que, historicamente, é no compartilhamento e na abertura à produção coletiva e não individual que melhor se desenvolvem a criatividade e a inovatividade. A complexidade dos desafios científicos e a urgência das questões sociais e ambientais que se apresentam às ciências impõem, por sua vez, facilitar a

colaboração e o compartilhamento de dados, informações e descobertas (Albagli, 2015, p.14).

Dessa forma, amparamo-nos nos pressupostos acima para justificar e defender o trabalho com a ciência aberta no âmbito desta pesquisa.

Já quando consideramos o 5º critério de exclusão, salientamos que o número relevante de 153 resultados excluídos por não se encaixarem no tipo de publicação selecionado para essa pesquisa é esperado, considerando que partimos de uma base de dados ampla e generalista como o Google Scholar.

Por fim, com um *corpus* compilado, partimos para a etapa de tratamento dos metadados necessários para a realização das análises bibliométricas posteriores. Os 48 trabalhos foram descarregados no computador na extensão de arquivo .pdf, organizados em uma pasta específica e, depois, importados diretamente para o software Mendeley.

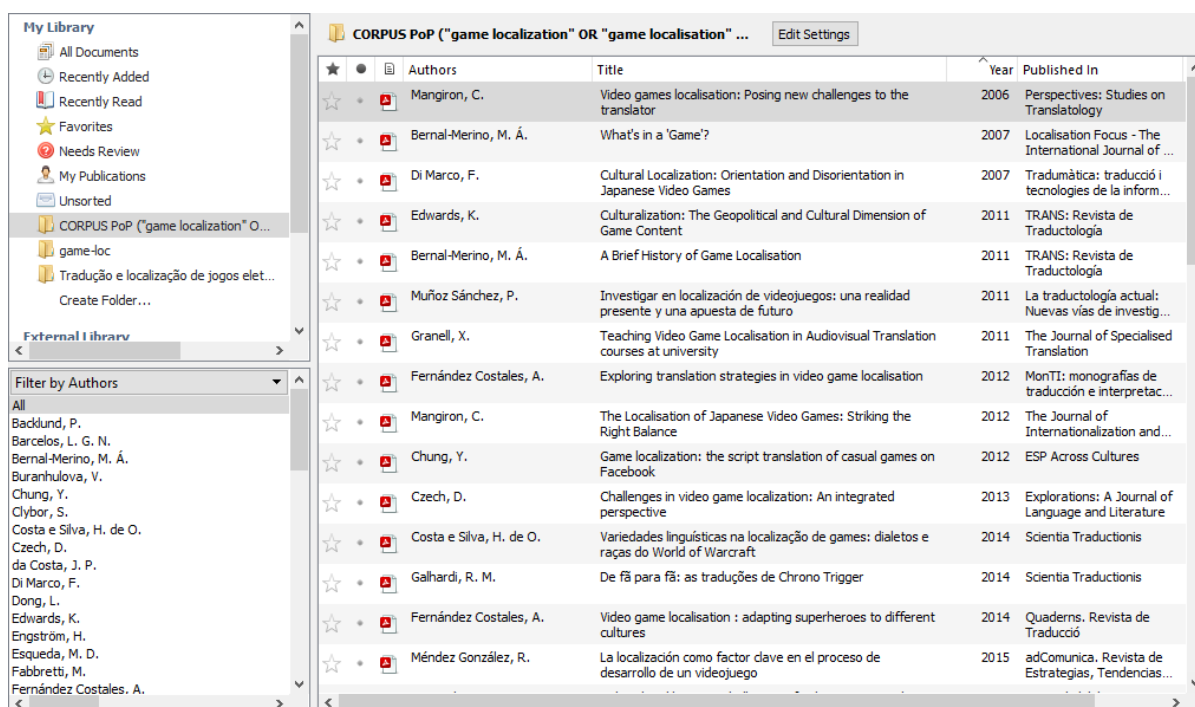
O Mendeley¹⁵ é uma ferramenta gratuita de gestão de referências bibliográficas desenvolvida pela Elsevier. Seu objetivo é o de auxiliar pesquisadores e estudantes na organização e gerenciamento de referências bibliográficas, permitindo a importação de artigos científicos e a criação de bibliografias em diversos formatos de citação. Uma de suas funcionalidades importantes, especialmente no âmbito desta pesquisa, é a extração automática de informações de artigos, como título, autor, resumo, entre outras informações que chamamos de metadados, o que torna o processo de organização e indexação de referências mais eficiente. O Mendeley é uma ferramenta útil para pesquisadores e estudantes que precisam lidar com grande volume de informações bibliográficas. Neste trabalho, utilizamos o software em sua versão desktop 1.19.8 para o sistema operacional Windows, uma versão que consideramos mais completa, e que mantém conexão com a biblioteca pessoal do usuário armazenada on-line a partir de uma conta cadastrada.

Ao serem importados para o Mendeley, a extração automática do software tenta recuperar os metadados dos arquivos .pdf. No entanto, esse processo não é totalmente confiável e exige uma checagem manual completa de todas as entradas, já que vários arquivos podem ficar com dados incorretos e/ou incompletos. Realizamos, dessa forma, os tratamentos dos metadados, atentando para os seguintes, que são especialmente relevantes para a análise bibliométrica posterior: título, autor, ano, *abstract* e palavras-chave.

A Figura 2 exibe a interface do software Mendeley contendo o *corpus* organizado e com metadados devidamente tratados:

¹⁵ Disponível para download em: <https://www.mendeley.com/autoupdates/installers/1.19.8>.

Figura 2: Interface do Mendeley



Fonte: Elaborada pelo autor

O campo *My Library*, na parte esquerda da Figura 2, exibe a coleção de referências criadas para o *corpus* de análise em destaque. No centro, observam-se as referências listadas e organizadas pela data de publicação. Com todas as 48 referências selecionadas, e com todos os metadados conferidos e corrigidos, clicamos com o botão direito do mouse sobre as referências selecionadas e, então, em *Export* para exportar as referências na extensão de arquivo .ris (*Research Information Systems*), um arquivo que reúne todos os metadados que foram utilizados na etapa seguinte para a criação de mapas bibliométricos a partir do software VOSviewer.

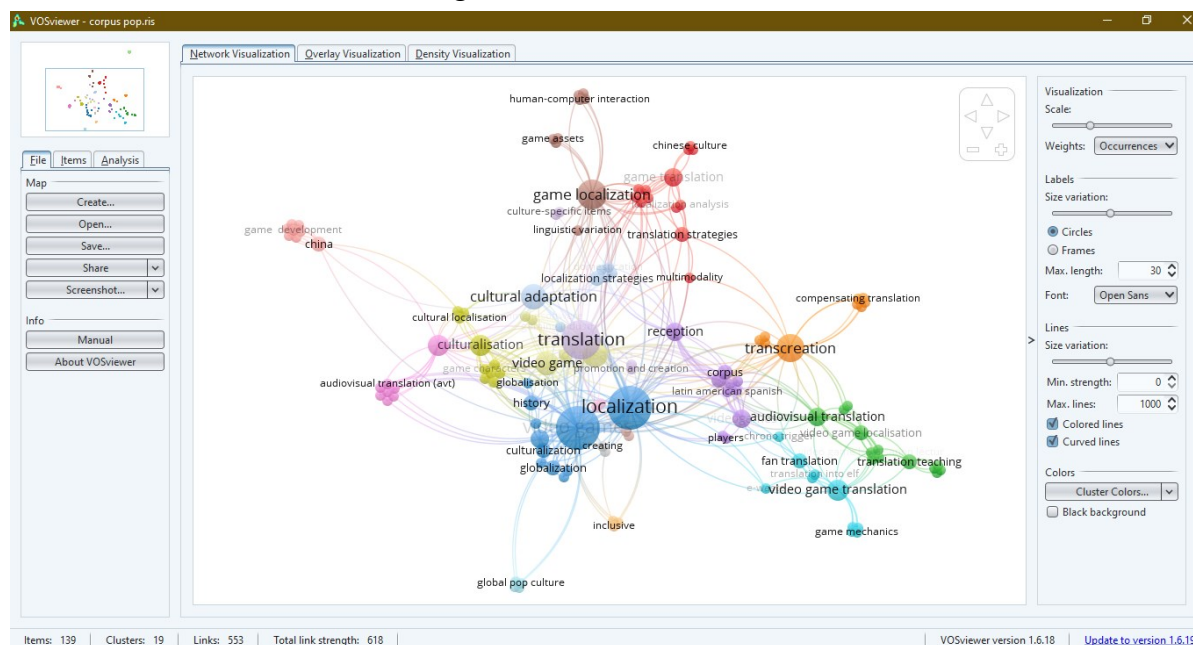
O VOSviewer¹⁶ é um programa de computador que tem o propósito de auxiliar na análise e visualização de redes de coautoria, cocitação e palavras-chave utilizadas em artigos científicos e demais produções acadêmicas. Seu diferencial é fornecer uma representação visual, na forma de mapas, para a identificação de padrões e tendências em grandes volumes de dados bibliométricos. Dessa maneira, o software torna possível a identificação de áreas de pesquisa emergentes, principais autores e instituições, além de permitir a identificação de palavras-chave frequentemente utilizadas em um determinado campo de pesquisa. Por conta de suas funcionalidades, o software é amplamente utilizado por pesquisadores, bibliotecários e

¹⁶ Disponível para download em: <https://www.vosviewer.com/download>.

instituições acadêmicas para avaliar a produção científica e identificar oportunidades de colaboração e pesquisa em uma determinada área do conhecimento.

Através do arquivo .ris compilado no Mendeley, o VOSviewer oferece uma série de opções para a criação e visualização dos mapas bibliométricos. A Figura 3 a seguir exibe a interface do software:

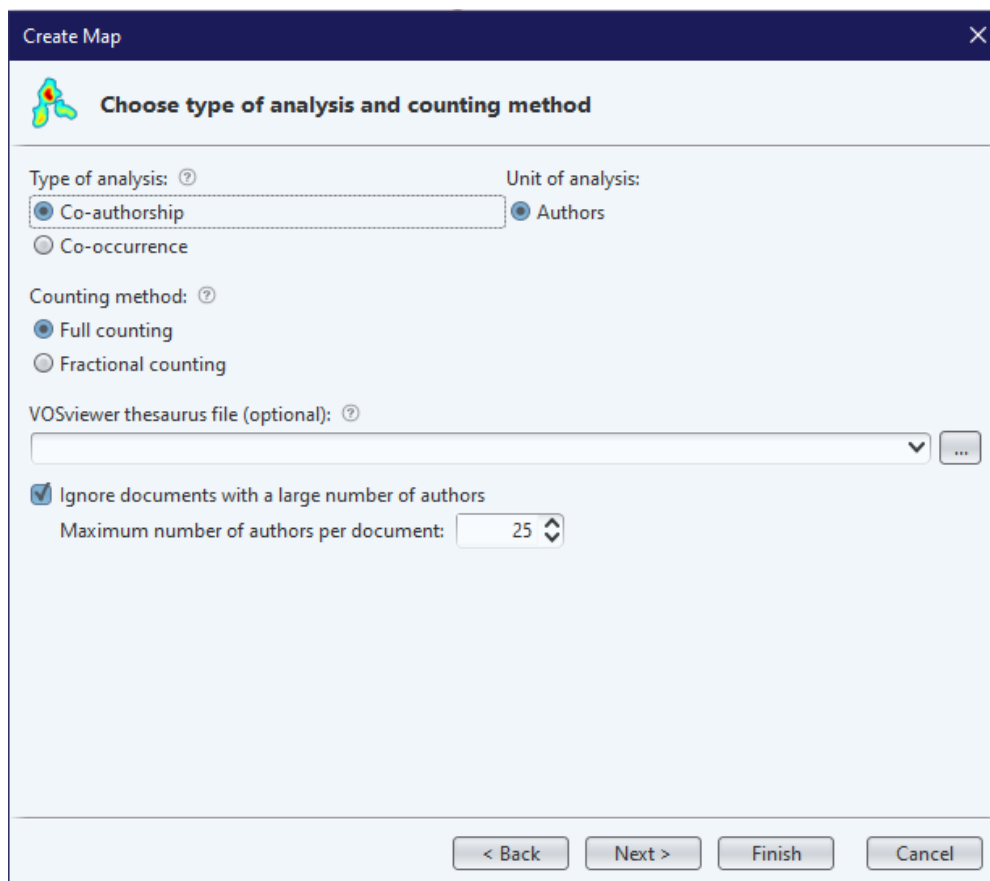
Figura 3: Interface do VOSviewer



Fonte: Elaborada pelo autor

No campo à esquerda da Figura 3, identificamos o painel de ações. Acessando o botão *Create*, o software oferece uma opção para a criação de mapas a partir de dados bibliográficos. Em seguida, pode-se escolher a fonte de obtenção desses dados, que pode ser diretamente a partir de bases de dados como a Web of Science e a Scopus, a partir de arquivos de gerenciamento de referências ou através de APIs (*Application Programming Interface*) acopladas ao VOSviewer. Nosso caso se enquadra na segunda opção que, após selecionada, permite a inserção do arquivo .ris criado anteriormente no Mendeley.

No próximo passo, o programa exibe a janela *Create Map*, na qual devem ser selecionados os tipos de análise e o método de contagem para a criação do mapa, conforme demonstrado na Figura 4.

Figura 4: Janela *Create Map* no VOSviewer

Fonte: Elaborada pelo autor

Neste trabalho, realizamos dois tipos de análise, tanto por coautoria quanto por coocorrência de palavras-chave. Dessa forma, o processo descrito foi repetido duas vezes, uma com a opção *Co-authorship* selecionada e outra com a opção *Co-occurrence*. Para ambas, o método de contagem selecionado foi o de contagem integral. Como trabalhamos com um *corpus* reduzido, o número mínimo de ocorrências de palavras-chave e de documentos por autor foi definido em 1. Essa configuração faz com que os mapas gerados permitam a visualização de todos os itens do *corpus*. Ao todo, o *corpus* conta com 139 palavras-chave distintas e 57 autores.

Gerados os mapas, a janela principal do programa permite a visualização dos elementos, como podemos observar na Figura 3. No topo superior esquerdo do painel, as abas *Network Visualization*, *Overlay Visualization* e *Density Visualization* dispõem os dados de formas diferentes. A primeira, apresenta a visualização do mapa padrão da rede, destacando as conexões entre os itens e a sua força. A segunda, dispõe o mesmo mapa com um esquema de cores e uma legenda no campo inferior direito que indicam o ano de publicação do trabalho do qual foi extraído aquele dado. Já a terceira aba oferece a visualização dos itens de acordo com a densidade, colorindo o mapa com uma escala de cor padrão que vai do azul, indicando

densidade menor, para o amarelo, que indica a densidade maior. A densidade representa a força dos *links* entre os itens e o quanto eles se agrupam em um determinado ponto do mapa.

Os mapas gerados a partir desses procedimentos são dispostos e interpretados na primeira parte do Capítulo 3 deste trabalho, representando uma etapa de análise quantitativa do *corpus*.

No que diz respeito ao estudo dos trabalhos selecionados, o próximo passo, em uma etapa posterior desta pesquisa, consiste na análise qualitativa dos 48 documentos que compõem o *corpus*. Nesse momento, o conteúdo dos documentos foi examinado individualmente por meio de uma leitura aprofundada, e anotações foram registradas para cada um deles em um arquivo do Microsoft Word. A análise teve como objetivo principal identificar a maneira como as questões culturais são abordadas nos estudos sobre a tradução e localização de jogos, revelando também as noções, as definições e conceitos de cultura mobilizados pelos autores nessas obras.

Por fim, após o trabalho com o *corpus*, procedemos, no capítulo seguinte, com uma discussão considerando os achados das etapas anteriores. Uma vez confirmada a hipótese levantada de que as teorizações sobre a cultura na localização de jogos têm se concentrado em uma visão de mercado, que se preocupa principalmente com a satisfação de usuários e a consequente expansão dos lucros, oferecemos argumentos em favor de um novo ponto de vista. Acima de tudo, nosso objetivo é o de problematizar, dentro dos Estudos da Tradução, a maneira como os pesquisadores da localização de jogos têm conduzido o tratamento das questões culturais no âmbito dessa indústria. Defendemos uma perspectiva que se afasta de uma preocupação mercadológica para considerar, em igual medida, o importante papel que o tradutor tem de zelar pela cultura de chegada nesse processo de adaptação dos jogos para diferentes localidades.

Nesse capítulo, também fornecemos alguns exemplos de traduções que demonstram formas de se lidar com questões culturais na localização de jogos para o PT-BR. Não tivemos o propósito de apontar traduções “certas” ou “erradas”, mas o de enriquecer essa discussão e pensar, a partir dos exemplos, sobre como os tradutores podem mobilizar suas noções de cultura e suas vivências para traduzir, nesse processo de adaptação cultural inerente à localização, de forma consciente e justa. Mais do que isso, os exemplos demonstram a não neutralidade do ato tradutório, o qual pode acidentalmente propagar preconceitos e ideias distorcidas do Outro. Nesse sentido, os estudos de caso complementam a pesquisa bibliográfica anterior e amparam a discussão que propomos em etapa posterior. Selecionamos exemplos e os retiramos manualmente de três jogos digitais localizados para o PT-BR: *Yakuza: Like a Dragon*, *Cuphead*

e *Baldur's Gate 3*. Esses títulos foram selecionados em razão de apresentarem ambientações e histórias muito diferentes, o que favorece a observação de variados exemplos de adaptação cultural.

É comum que os pesquisadores utilizem *gameplays* disponibilizadas por usuários na plataforma de compartilhamento de vídeos Youtube para capturar telas demonstrando os textos traduzidos, o que permite a análise dessas localizações. Essa prática oferece uma certa facilidade por dispensar a necessidade de aquisição dos jogos, assim como a necessidade de efetivamente jogar o jogo à procura das linhas de texto ou cenas com dublagem apropriadas para os propósitos do trabalho. No entanto, em nosso caso, decidimos pela exploração manual do conteúdo dos jogos até a visualização de um exemplo propício para o desenvolvimento da discussão que propomos. Por isso, descrevemos a seguir, de forma sintética, tanto as características próprias de cada jogo quanto o procedimento utilizado para a captura de telas.

O *Yakuza: Like a Dragon* é um título do gênero RPG que aborda uma história que explora um universo contemporâneo fictício inspirado em um distrito real da cidade de Tóquio e na *yakuza*, um sindicato do crime organizado famoso por sua atuação no Japão. O jogo foi desenvolvido pela Ryu Ga Gotoku Studio e publicado pela Sega, sendo lançado para várias plataformas, incluindo PlayStation 4 (2020), Playstation 5 (2021), Microsoft Windows, Xbox One e Xbox Series X/S (2021). Utilizaremos sua versão para Microsoft Windows, adquirida a partir da plataforma de vendas on-line Steam¹⁷, para realizar a captura de tela com um exemplo para análise.

A Steam é uma plataforma desenvolvida e mantida pela empresa norte-americana Valve Corporation. Essa plataforma, lançada em 2003, distribui jogos digitais, permitindo que os usuários façam suas compras on-line e gerenciem os seus títulos a partir de computadores. A Steam é, atualmente, uma das maiores plataformas de distribuição de jogos do mundo. Além de ser uma loja hospedada na internet, a Steam também oferece o download do Cliente Steam, um software que, além de permitir o acesso à plataforma de jogos e o gerenciamento de toda a biblioteca de jogos adquiridos pelo usuário, fornece uma série de ferramentas aos jogadores.

Para nossos propósitos, utilizamos a própria ferramenta de captura de tela da Steam. O jogo *Yakuza: Like a Dragon* foi executado, portanto, no Microsoft Windows. Em segundo plano, o programa cliente da Steam também foi automaticamente executado. A tela do jogo que expõe questões culturais relevantes para nossos propósitos foi capturada a partir de um botão

¹⁷ Disponível em: https://store.steampowered.com/app/1235140/Yakuza_Like_a_Dragon/.

atalho e armazenada, em extensão .PNG, pelo cliente Steam em uma pasta predeterminada nas configurações do programa. O arquivo foi, então, analisado.

Já o *Cuphead*, segundo título do qual extraímos um exemplo de questões culturais abordadas na tradução PT-BR, é um jogo *indie* do gênero plataforma e *Run 'n' Gun* criado pelos irmãos canadenses Chad e Jared Moldenhauer e inspirado nos clássicos desenhos animados da década de 1930. Foi desenvolvido pela Studio MDHR e distribuído pela Microsoft Studios para Microsoft Windows e Xbox One (2017), macOS (2018), Nintendo Switch (2019) e PlayStation 4 (2020).

Para esta pesquisa, utilizamos o jogo adquirido para o Nintendo Switch. A extração de imagens para a análise foi feita através das próprias funcionalidades do console, o qual dispõe de um recurso integrado de captura de telas facilmente acessado através do botão *Capture* localizado no controle Joy-Con esquerdo. Ao pressionar esse botão, o Nintendo Switch realiza uma captura instantânea da tela atual do jogo aberto. Após capturada, a imagem pôde ser acessada a partir do recurso “Álbum”, que armazena as capturas e vídeos. As imagens puderam ser visualizadas na própria tela do console, selecionadas e, então, compartilhadas. Para o uso neste trabalho, as imagens foram transmitidas a partir da opção “Enviar para um dispositivo inteligente”. Nessa opção, o console fornece um código QR que, após lido, inicia um processo de conexão WiFi com um smartphone. A partir daí, as capturas de tela podem ser abertas e descarregadas no celular em uma extensão de arquivo .jpg. Após transferidas para o smartphone, as imagens podem ser encaminhadas para a análise posterior no computador.

Por fim, escolhemos um exemplo observado no jogo *Baldur's Gate 3*, outro título do gênero RPG cujo desenvolvimento e publicação foram empreendidos pela Larian Studios. Trata-se do terceiro título principal da franquia *Baldur's Gate*, o qual se fundamenta no sistema de RPG de mesa *Dungeons & Dragons*, situado no cenário de fantasia medieval de *Forgotten Realms*. Após um longo período de acesso antecipado, foi disponibilizado em sua versão 1.0 para a plataforma Windows em 3 de agosto de 2023. Posteriormente, edições destinadas ao PlayStation 5 e macOS foram lançadas em 6 de setembro de 2023.

O jogo foi executado em sua versão para Playstation 5 e explorado manualmente até a seleção de um exemplo de adaptação cultural. O próprio console dispõe de um botão com recurso para captura de telas. As capturas foram armazenadas, então, na memória do dispositivo. Em seguida, ativamos o recurso de upload automático das capturas de tela para o serviço em nuvem nas configurações do sistema, o que disponibilizou as capturas diretamente no smartphone conectado ao aplicativo Playstation App. A partir do smartphone, a imagem pôde ser enviada normalmente para manipulação em computadores.

Ressaltamos que os títulos não foram jogados na íntegra, sendo executados no computador ou em seus respectivos consoles apenas até a seleção de um exemplo apropriado para fundamentar a discussão proposta.

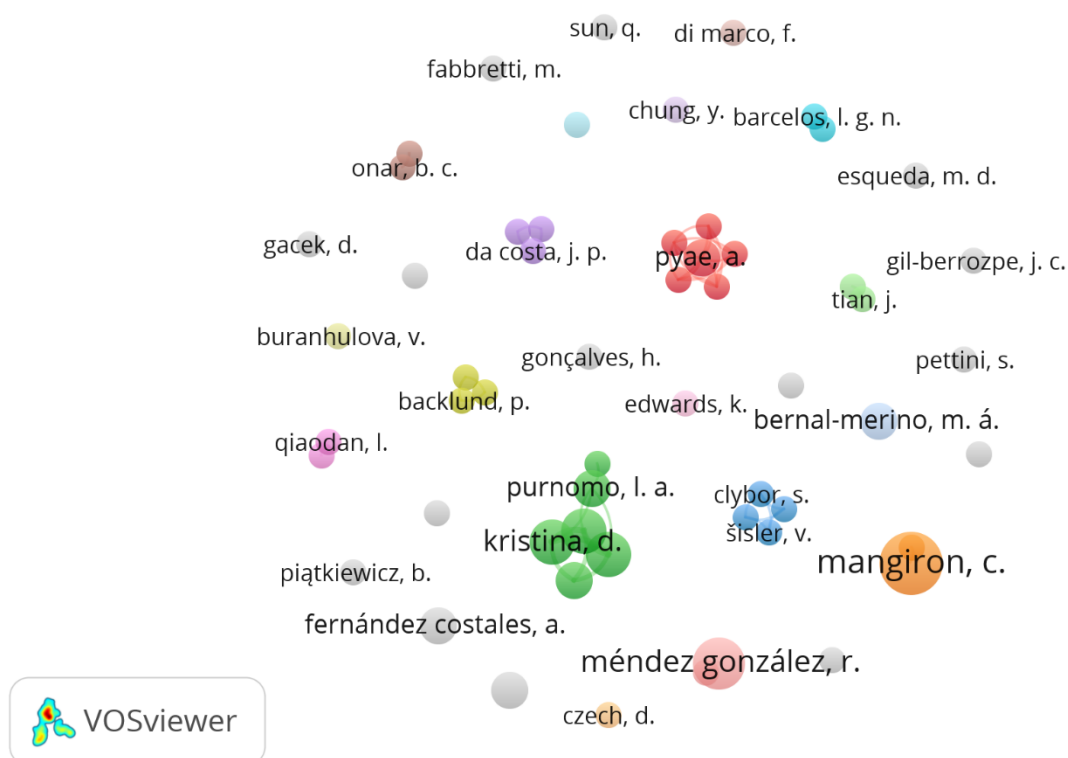
CAPÍTULO 4 – RESULTADOS E ANÁLISES

4.1 Dados quantitativos e análise bibliométrica do *corpus*

Assim como descrito no Capítulo 3 deste trabalho, o arquivo .ris que exportamos através do Mendeley, após o tratamento dos dados do *corpus*, foi utilizado no VOSviewer para gerar os mapas bibliométricos que analisamos aqui. As Figuras 5, 6, 7, 8 e 9 exibem, respectivamente, mapas de redes de coautoria, redes de coautoria em uma visualização de densidade, redes de palavras-chave, mapa de visualização temporal da ocorrência das palavras-chave e um mapa de densidade que indica as palavras-chave de maior ocorrência no *corpus*.

O mapa das redes de coautoria a seguir reúne os nomes dos autores dos trabalhos analisados, estabelecendo, visualmente, as redes de colaboração que se formam dentro daquele conjunto de 48 arquivos.

Figura 5: Mapa das redes de coautoria no *corpus*



Fonte: Elaborada pelo autor

Percebemos, em primeiro lugar, o destaque de alguns autores que produziram mais documentos. Entre eles, Mangiron, na cor laranja, é a responsável pelo maior número, com 6

trabalhos publicados. Em seguida, aparece Mendéz Gonzáles, na cor rosa, com 4 trabalhos. Já na cor verde, visualizamos uma rede de colaboração nítida que envolve Nababan, Santosa e Kristina, com 3 publicações e que, por sua vez, colaboram com Purmono e Wibowo, com dois trabalhos. Ressaltamos que o tamanho dos círculos no mapa representa o peso daquele autor de acordo com a quantidade de documentos presentes no *corpus*.

Carme Mangiron é um nome de destaque no subcampo disciplinar da tradução e localização de jogos. Ela possui doutorado em Estudos da Tradução pela Universitat Autònoma de Barcelona, na Espanha, e exerce o cargo de professora e pesquisadora na mesma universidade, lecionando, ainda, cursos de localização de jogos na pós-graduação. Entre suas obras mais importantes está *Game Localization*, livro coescrito com Minako O'Hagan que fundamenta parte deste trabalho. Apesar de seu nome ter um destaque no *corpus* pela quantidade de produções, as redes que se formam em torno dele são fracas. Entre os seis trabalhos publicados, todos na língua inglesa, colaborou com outra pesquisadora, Luo Dong, em apenas um deles. Dong também está vinculada à Universitat Autònoma de Barcelona.

Ramón Mendéz Gonzáles também é um pesquisador da tradução e localização de jogos. Tem doutorado em tradução e paratradução de jogos pela Universidade de Vigo, na Espanha, onde também atua como professor. Além de extensa produção acadêmica, atuou como tradutor na localização de mais de 700 jogos para o espanhol, incluindo títulos consagrados, como *The Witcher 3* e o próprio *Cuphead* que analisamos neste trabalho. Entre seus quatro artigos que fazem parte do *corpus*, três foram escritos em espanhol. Em um deles, colaborou com Nicolás Manuel Toso Fernández, argentino que também estudou na Universidade de Vigo.

Notamos, portanto, um claro destaque de pesquisadores espanhóis no *corpus*, apesar de termos selecionado apenas palavras-chave em inglês nas buscas na base de dados do Google Scholar. No entanto, não se estabelecem redes de colaboração significativas em torno de seus nomes.

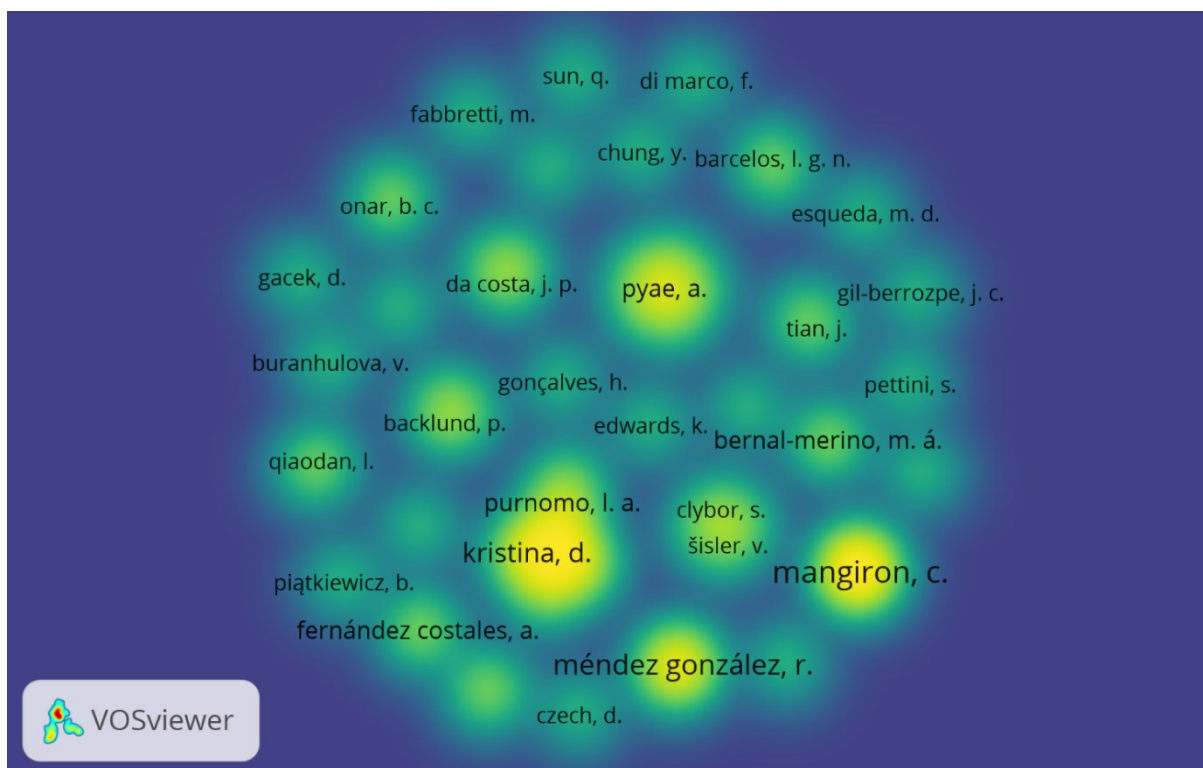
Por outro lado, uma rede relativamente forte de colaboração se formou envolvendo professores, alunos e pesquisadores da Indonésia. Entre eles estão Mangatur Nababan, Riyadi Santosa e Diah Kristina, todos professores da Universitas Sebelas Maret, em Surakarta. Agung Prasetyo Wibowo também foi estudante de doutorado nessa universidade. Já Luthfie Arguby Purnomo e Lilik Untari são pesquisadores vinculados ao State Islamic Institute of Surakarta e à Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Com menor força, também existe uma rede de colaboração criada em torno de Aung Pyae e outros 5 pesquisadores ligados à University of Turku, na Finlândia, com apenas 2

trabalhos publicados. Entre eles, Pyae é responsável pela autoria de um, enquanto do outro participam todos os 6 autores.

A Figura 6 fornece uma visualização de densidade que ressalta as redes de colaboração mencionadas:

Figura 6: Mapa das redes de coautoria em visualização de densidade



Fonte: Elaborada pelo autor

De maneira geral, constatamos uma fraca colaboração entre os autores presentes nesse *corpus*, que tem o objetivo de reunir trabalhos de ciência aberta que abordam as questões culturais na tradução e localização de jogos. Considerando os autores responsáveis pela maior quantidade de artigos e seu país de atuação, a Espanha representa um importante polo da pesquisa nesse subcampo, mesmo com poucas coautorias. Além dos casos de destaque mencionados, grande parte dos autores está posicionada em pontos na periferia do mapa, a maioria deles representando apenas um artigo de autoria única. A falta de colaboração pode indicar um desenvolvimento ainda restrito desse subcampo, especialmente no que diz respeito à produção de ciência aberta. A falta de colaboração também contribui para minimizar o alcance internacional dessas produções científicas, já que trabalhos de coautoria possuem listas de referências maiores e tendem a receber uma maior quantidade de citações, especialmente quando existe colaboração entre pesquisadores de países diferentes (Glänzel; Schubert, 2005).

Entender esses aspectos é especialmente importante quando reconhecemos que

A colaboração é capaz de promover a atividade de pesquisa, a produtividade e o impacto, e, portanto, deve ser incentivada e apoiada por meio da gestão da pesquisa e políticas científicas. No entanto, os benefícios não são colhidos automaticamente. Esse fato enfatiza a necessidade de um monitoramento quantitativo regular dos insumos e resultados, ou seja, de levantamentos bibliométricos¹⁸ (Glänzel; Schubert, 2005, p. 274, tradução nossa).

O próximo passo na análise diz respeito à observação das redes de palavras-chave extraídas dos trabalhos que compõem o *corpus*. Na bibliometria, a análise de coocorrência de palavras-chave é um método usado para analisar as relações entre as palavras-chave que são empregadas dentro de um conjunto de referências bibliográficas. O objetivo dessa análise é revelar padrões e as relações estabelecidas entre palavras-chave, o que facilita a observação dos temas subjacentes em uma determinada área de pesquisa.

A Figura 7 a seguir dispõe, em um mapa, as relações estabelecidas entre as 138 palavras-chave empregadas pelos autores nas produções inseridas nesse conjunto, cada uma com um determinado número de ocorrências e com uma força total de ligação calculada pelo VOSviewer.

¹⁸ Original em inglês: “Collaboration is able to promote research activity, productivity, and impact, and therefore is to be encouraged and supported by the means of research management and science policy. The benefits, however, do not come automatically. This fact underlines the necessity of a regular quantitative monitoring of inputs and outcomes, i.e., bibliometric surveys”.

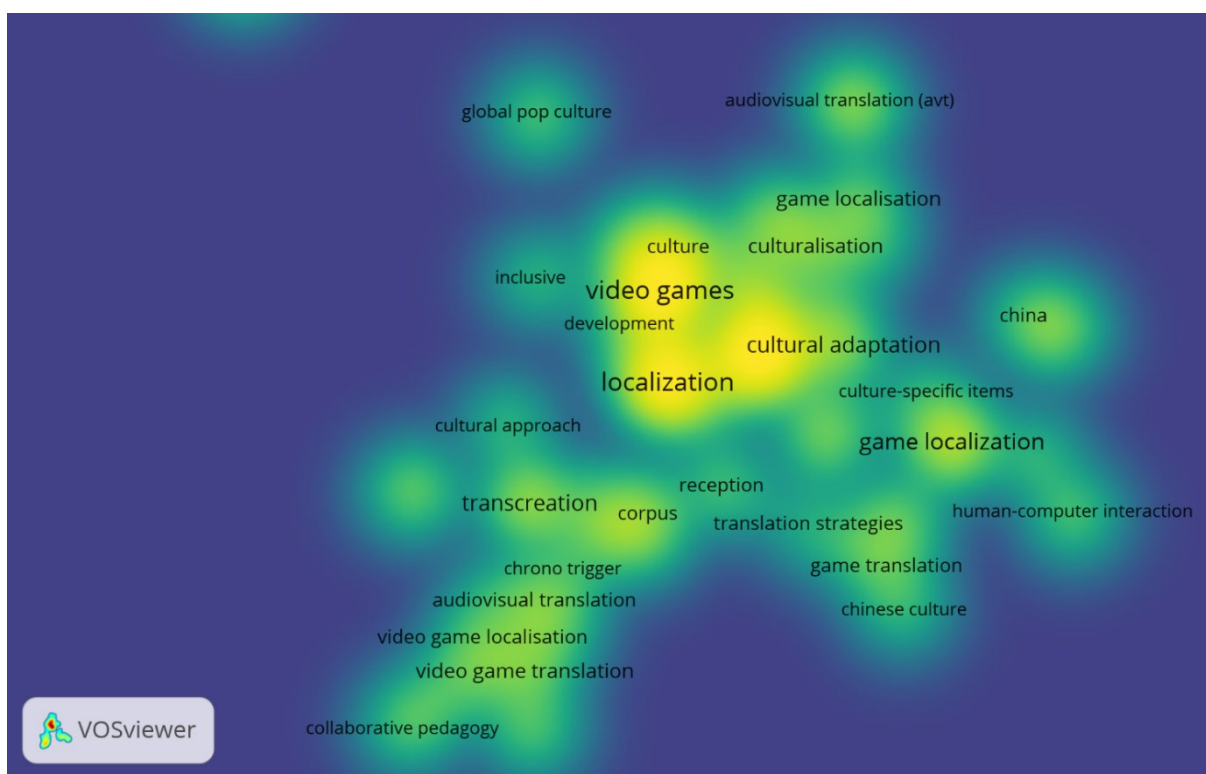
especialmente no uso da letra “s” ou “z”, de acordo com o inglês europeu ou americano, dilui a força de ligação e a ocorrência das palavras-chave nesta análise. Como autores relevantes no *corpus* são de origem europeia, especialmente da Espanha, notamos uma tendência para o uso dos termos com “s”, tais como *localisation* e *culturalisation*.

Já na Figura 8, modificamos a forma de visualização do mapa, de modo a acentuar a diferença temporal na ocorrência das palavras-chave no *corpus*. A escala de cores, no canto inferior direito, representa os anos de 2006 até 2023, o intervalo de tempo de publicação que envolve todos os 48 trabalhos, com o azul representando as palavras-chave que aparecem em publicações mais antigas e o amarelo indicando as mais recentes. O VOSviewer, na verdade, contabiliza todas as ocorrências de uma palavra-chave e calcula uma data média de publicação para ela, conferindo, então, uma cor àquele item.

Percebe-se, na Figura 8, que os itens mais atuais, em amarelo, não possuem, ainda, um número grande de ocorrências quando comparados aos mais antigos, o que pode ser constatado a partir do tamanho dos círculos que representam as palavras-chave. A maior parte das palavras-chave utilizadas após 2020 possui apenas uma ou duas ocorrências, mas podem representar possíveis novos tópicos de pesquisa no subcampo disciplinar da tradução e localização de jogos. Entre elas, temos exemplos como: *localization approaches*, *foreignization*, *reception*, *localization analysis*, *translation analysis*, *promotion and creation*, *open source tools*, *paratextuality*, entre outros. Salientamos, entretanto, que devido ao tamanho reduzido do *corpus*, não podemos afirmar quais ou se alguma dessas palavras-chave representam novas frentes de pesquisa ou de interesse acadêmico. Comparativamente aos outros subcampos dos Estudos da Tradução, as pesquisas sobre tradução e localização de jogos ainda são relativamente recentes, contando com uma quantidade limitada de estudos publicados, o que se reflete, igualmente, no *corpus* aqui constituído e analisado.

Por outro lado, as palavras-chave de maior expressividade no *corpus* têm um ano médio de publicação inferior e são utilizadas já há bastante tempo. Os itens *video games*, *localization* e *translation*, por exemplo, têm um ano de publicação médio próximo a 2017.

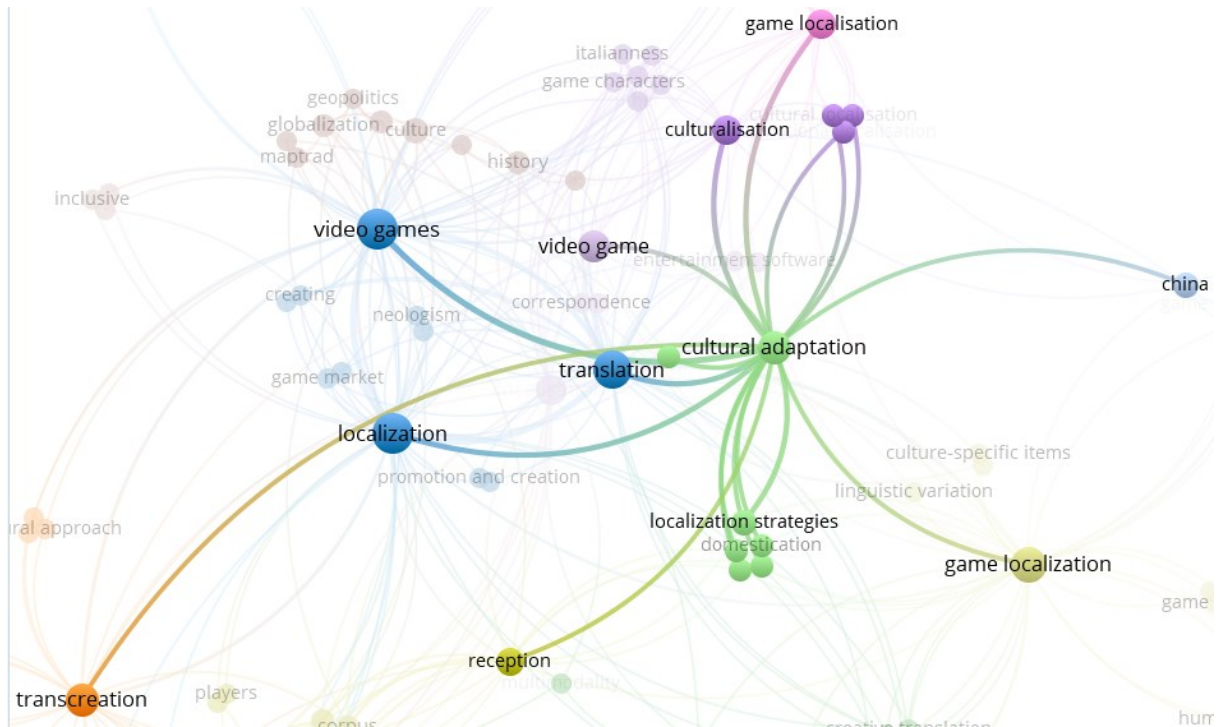
Figura 9: Mapa de densidade com palavras-chave de maior ocorrência



Fonte: Elaborada pelo autor

As palavras-chave *cultural adaptation* e *culturalisation*, nas bordas direita e superior direita dessa zona de maior densidade no centro, são especialmente relevantes, já que são dois dos termos selecionados para a pesquisa inicial na base de dados do Google Scholar que possibilitou a construção do *corpus*. Ao isolar os dois termos na visualização do mapa no software, identificamos as conexões mais fortes que se estabelecem em torno deles. Essas conexões podem ser observadas nas Figuras 10 e 11 a seguir:

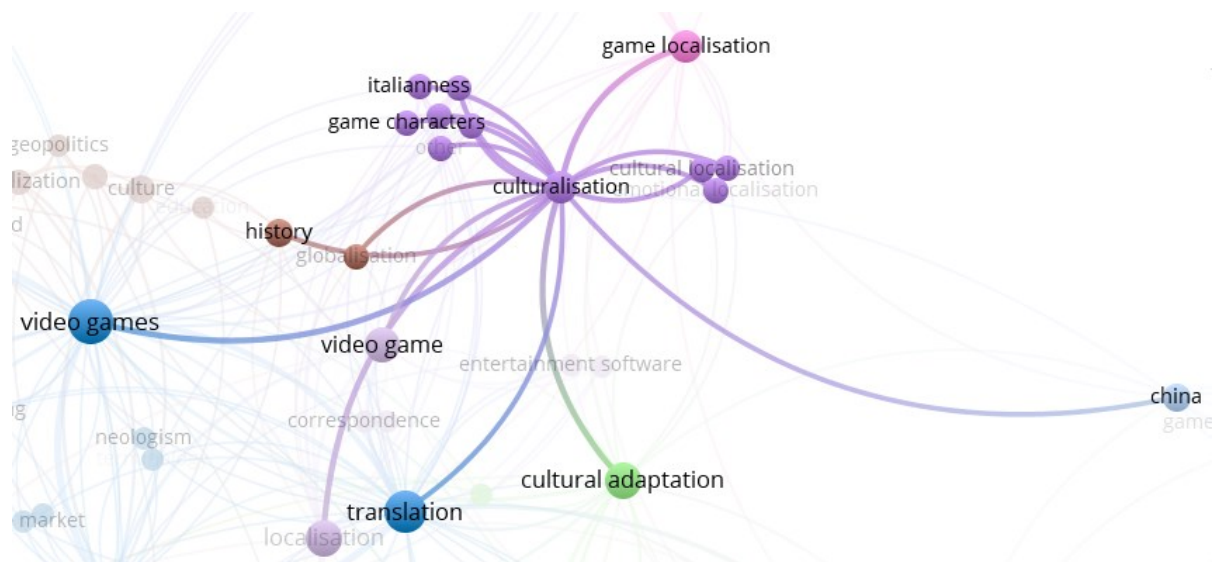
Figura 10: Conexões estabelecidas em torno da palavra-chave *cultural adaptation*



Fonte: Elaborada pelo autor

O item *cultural adaptation* ocorre seis vezes no *corpus*, ligando-se, em especial, com as palavras-chave *translation*, *localization*, *video games*, *game localization*, *culturalisation* e *transcreation*. Entre essas, a conexão mais forte, além das três palavras-chave centrais, ocorre com o item *transcreation*, com um total de sete ocorrências. Na próxima etapa deste trabalho, no momento da leitura e análise de todos os 48 textos, poderemos identificar qual a ligação existente entre a adaptação cultural na tradução e localização de jogos e o conceito de transcriação.

Figura 11: Conexões estabelecidas em torno da palavra-chave *culturalisation*



Fonte: Elaborada pelo autor

Por outro lado, a Figura 11, que demonstra as ligações estabelecidas a partir do item *culturalisation*, não revela conexões de relevância para a investigação das questões culturais nesses trabalhos, com exceção, obviamente, de *cultural adaptation* e de *italianness* (italianismos).

4.2 Análise qualitativa do *corpus*: questões culturais e demais aspectos relevantes

Prosseguimos, nesta seção, com a análise qualitativa do *corpus* após a leitura das 48 publicações que o compõem. A seguir, descrevemos todos os aspectos explorados pelos autores que se relacionam com questões culturais no processo de tradução e localização de jogos, incluindo a conceituação dos termos utilizados na etapa de pesquisa das publicações na base de dados do Google Scholar. Além disso, destacamos as informações que julgamos úteis aos objetivos deste trabalho. Este momento, além de representar uma etapa de revisão bibliográfica, também possibilita a realização de uma análise crítica das contribuições e perspectivas de pesquisa promovidas nas publicações. Esse esforço de análise crítica do *corpus*, que contempla os autores mais citados e relevantes desse subcampo disciplinar e que fundamenta a problematização que fazemos sobre a abordagem de questões culturais nos estudos sobre tradução e localização de jogos, revela o estado da questão (Nóbrega-Therrien; Therrien, 2004).

A análise das publicações segue a ordem de relevância estabelecida inicialmente pelo software PoP, pontuada segundo os parâmetros de pesquisa e métricas de cada publicação. Ao final do capítulo, apontamos as conclusões resultantes dessa análise.

Ressaltamos, no entanto, que, para fins de objetividade e para evitar a repetição de informações, não descrevemos as publicações que não acrescentam informações relevantes e novas ou que não desenvolvem reflexões sobre as questões culturais na localização de jogos, seja por definirem cultura de forma trivial e genérica, por não se aprofundarem no tema ou por apenas definirem as questões culturais através de outros autores já citados anteriormente. À medida que seguimos com a análise dos trabalhos de acordo com ordem de relevância do PoP, da primeira à última publicação, todos aqueles que expõem conceitos e discussões já abordados na análise qualitativa de textos anteriores e que não acrescentam conteúdo útil à pesquisa proposta não foram mencionados novamente. Ao final dessa análise, discutimos, nesse capítulo, 19 das 48 publicações, as quais foram descritas e analisadas abaixo. As demais 27, apesar de igualmente consideradas para gerar conclusões sobre tendências nos estudos sobre tradução e localização de jogos, não foram mencionadas diretamente no texto que se segue.

4.2.1 – *Games without borders: The cultural dimension of game localisation*

Iniciamos a análise qualitativa com o artigo *Games without borders: The cultural dimension of game localisation*, de Carme Mangiron (2016). Esse artigo foi analisado em maior detalhe não somente por ser o mais relevante de acordo com a pesquisa realizada no PoP, mas por discutir uma série de ideias que se repetem em muitas das publicações presentes no *corpus*.

O artigo traça, inicialmente, um pequeno histórico sobre a evolução dos videogames, desde seus inícios modestos na década de 1970, até se tornarem o fenômeno global dessa indústria multibilionária atual, com gráficos, cinemáticas e recursos de áudio que os levaram a serem descritos até como filmes interativos. À medida que os avanços tecnológicos aumentavam juntamente aos crescentes custos de desenvolvimento de jogos, os desenvolvedores começaram a se voltar para os mercados internacionais para maximizar o alcance dos jogos e o retorno dos investimentos, ao ponto de certos títulos chegarem a contabilizar até 50% de seus rendimentos como advindos de vendas internacionais (Chandler [s.d.] *apud* Mangiron, 2016), o que demonstra a importância da localização para a indústria.

A autora define a localização de jogos como uma atividade que torna jogos adequados à venda em outros territórios, envolvendo complexos processos linguísticos, técnicos, culturais, legais e de marketing. Além disso, cita Chandler (2005 *apud* O'Hagan, 2016) para descrever os recursos que constituem os videogames, incluindo textos internos e em tela, áudio, cinemáticas, arte, manual e a embalagem. Estes são itens que contêm diferentes tipos de texto, como menus, mensagens de ajuda e do sistema na interface de usuário, roteiros de dublagem e

legendagem, passagens literárias, a caixa e os manuais de instrução, com certos jogos de gêneros específicos ainda contendo terminologia especializada e textos consideravelmente técnicos. Estas são características que, segundo Mangiron, aproximam a localização de jogos da localização de software, tradução audiovisual, tradução técnica e da tradução literária. Mangiron também cita um trabalho anterior que coproduziu com O'Hagan (2006, p. 14 *apud* Mangiron, 2016) para destacar que, embora as razões principais da localização sejam fundamentalmente comerciais, o seu objetivo é o de criar uma versão localizada e funcional do jogo com uma estética e sensação similar à do original, causando um efeito parecido nos jogadores-alvo, como se o jogo tivesse sido desenvolvido originalmente para eles. Portanto, a localização bem-sucedida de um jogo demanda, graças à natureza interativa desses produtos, mais do que a simples tradução de textos, mas a tradução de experiências (O'Hagan, 2007 *apud* Mangiron, 2016).

Sobre os níveis de localização, Mangiron (2016) destaca três estratégias: *Box and docs*, localização parcial e localização completa. A estratégia *Box and docs* envolve apenas a tradução de caixas, manuais e materiais impressos, como o próprio nome sugere, e destina-se, normalmente, aos jogos com baixa expectativa de lucro. A localização parcial inclui a tradução dos textos em jogo, mas o áudio permanece na língua de partida com legendas. Já a localização completa é normalmente reservada para os títulos triplo A, termo utilizado para identificar os jogos mais esperados e com maiores orçamentos, e envolve a tradução de todo o texto e de todo o áudio, oferecendo a dublagem de todo o conteúdo.

Após explorar esses conceitos mais básicos, mas antes de falar propriamente sobre a dimensão cultural da localização, Mangiron (2016) destaca os conceitos de localização emocional e ludológica introduzidos por outros autores. Montón (2010 *apud* Mangiron, 2016) utiliza o termo localização emocional (*emotional localisation*) para se referir às localizações que facilitam a imersão dos jogadores no jogo, o que indicaria que são de boa qualidade. Já a localização ludológica seria uma abordagem que destaca a importância de fornecer a mesma experiência do jogo original aos jogadores-alvo, mesmo que isso demande a mudança da história, da ambientação e até mesmo da trilha sonora ou outras características originais. Mangiron também cita um outro trabalho que escreveu em conjunto com O'Hagan (2013 *apud* Mangiron, 2016) para destacar os termos *kansei* (“afetivo”) e *emotional engineering* (“engenharia emocional”), os quais são aplicados à localização por diversos autores para salientar a importância de se entender a experiência emocional de jogadores e replicá-la para o público-alvo.

Tais conceitos representam uma visão funcional da localização que busca promover uma alta capacidade de adaptação de versões-alvo com foco na experiência de jogo (*gameplay experience*). Nessa perspectiva, até mesmo

os desenvolvedores estão muitas vezes dispostos a modificar não somente os recursos textuais, mas os visuais, a música ou até mesmo aspectos relacionados às mecânicas do jogo — o sistema de regras do jogo — para garantir que seu jogo se encaixe nos gostos e expectativas do mercado-alvo e, como resultado, possa vender bem nessa localidade. Em um nível linguístico e textual, o uso da linguagem natural e idiomática é fundamental, pois um jogo que contém erros tipográficos e gramaticais, bem como truncamentos e sobreposições, cria uma má impressão e não consegue estabelecer uma ligação com os jogadores. Isso pode afetar negativamente a imersão dos jogadores-alvo no jogo e levar ao seu abandono por frustração¹⁹ (Mangiron, 2016, p. 192, tradução nossa).

A autora ainda ressalta que uma má localização pode fazer com que jogadores pensem que os desenvolvedores e a *publisher* (publicadora) dos jogos não se importam suficientemente com seu público para investir em localização de qualidade, o que impacta negativamente nas vendas da versão localizada, ainda mais quando consideramos a rapidez com que a informação viaja entre jogadores devido a existência de redes sociais e a abundância de fóruns de fãs na internet (Mangiron, 2016). Até aqui, percebemos que as teorizações estão claramente voltadas ao mercado, sempre considerando a satisfação do usuário como garantia de retorno dos investimentos.

Ao falar sobre a dimensão cultural da localização, Mangiron (2016) aborda a questão da cultura como um problema complexo, já que os jogos se tornaram parte da cultura pop global e hoje se destinam, em grande parte, ao entretenimento do público internacional. Além disso, as empresas que os produzem hoje também são, muitas vezes, transnacionais. A localização acontecia, originalmente, em uma etapa posterior ao lançamento e sucesso do jogo em um território específico, especialmente nos EUA ou no Japão, mas, na atualidade, a grande popularidade dos jogos fez com que a preocupação de desenvolvedores com a localização, bem como com as expectativas e requisitos dos territórios-alvo, começasse a ser considerada em estágios bem mais iniciais do processo de design e desenvolvimento do projeto.

¹⁹ Original em inglês: “[...] developers are often willing to modify not only textual assets, but also the visuals, the music or even an aspect related to game mechanics – the system of rules in the game – in order to guarantee that their game will fit into the target market tastes and expectations, and as a result, sell well. At linguistic and textual levels, the use of natural and idiomatic language is paramount, as a game containing typographic and grammatical mistakes, as well as truncations and overlaps, creates a poor impression and fails to establish a connection with the players. This can negatively affect the target players’ immersion in the game and lead to its abandonment due to frustration”.

A autora reconhece a variedade de definições que a cultura recebe em diferentes disciplinas acadêmicas. Em seu artigo, decidiu defini-la como “um conjunto de crenças, valores e normas compartilhados por um grupo de indivíduos que os diferenciam de outros grupos²⁰” (Mangiron, 2016, p. 192, tradução nossa).

Mangiron (2016) segue falando sobre diferentes gêneros de jogos que demandam, cada qual de acordo com suas características, um grau diferente de adaptação cultural. RPGs, por exemplo, são jogos orientados à narrativa e demandam maior grau de adaptação. Isso acontece devido “ao fato de que os jogos, como artefatos culturais, refletem, em maior ou menor grau, os valores e crenças dos indivíduos que os criam²¹” (Mangiron, 2016, p. 193, tradução nossa). Por outro lado, a autora informa que jogos ambientados em locais e épocas específicos, ou em culturas como a japonesa, podem demandar que mais referências culturais sejam mantidas na localização, com exceção daquelas potencialmente confusas ou que firam sensibilidades culturais, já que os próprios jogadores podem conhecer a versão original e esperar um “sabor” exótico dessa cultura de partida no jogo localizado. Além desses, há também o caso dos jogos que misturam traços americanos e japoneses, criando uma hibridização cultural, sejam eles desenvolvidos no Japão para serem mais palatáveis ao público americano ou europeu, ou criados no ocidente com inspirações em mangás ou com personagens em estilo animê. Ao longo do artigo, percebemos que a autora destina maior atenção à localização que ocorre do Japão para os EUA e Europa, especialmente nos exemplos que menciona para ilustrar o seu trabalho.

Sobre o conceito de adaptação cultural, Mangiron (2016) ressalta, novamente, a questão das sensibilidades culturais de jogadores que, se não forem respeitadas, podem quebrar a imersão. Além disso, menciona a importância de tradutores desempenharem seu tradicional papel de mediadores culturais. Sobre esse tópico, o seguinte trecho resume os pensamentos da autora:

Sem dúvida, a adaptação cultural é uma parte importante do processo de localização e pode ser fundamental para promover uma localização emocional que, por sua vez, reproduza a experiência de jogo pretendida e facilite a imersão dos jogadores no jogo. Se houver alguma estranheza cultural no jogo ou qualquer conteúdo que os jogadores-alvo não compreendam ou considerem ofensivo, isso provavelmente quebrará a sua suspensão voluntária de descrença, gerando um impacto negativo na recepção (e vendas) desse jogo num determinado território. No entanto, como não se pode esperar que os criadores de jogos estejam intimamente familiarizados com a cultura de todos

²⁰ Original em inglês: “For this paper, a working definition of culture as the set of beliefs, values and norms shared by a group of individuals that differentiates them from other groups has been adopted”.

²¹ Original em inglês: “This is due to the fact that as cultural artefacts, games reflect, to a greater or lesser extent, the values and beliefs of the individuals who create them”.

os territórios onde o seu jogo será publicado, é sempre possível que questões controversas relativas a sexo, gênero e religião, entre outras, permaneçam nas versões localizadas. Por esta razão, o papel tradicional dos tradutores como mediadores culturais também é crucial na localização de jogos, já que eles podem detectar elementos culturais potencialmente problemáticos que passaram despercebidos pela equipe de desenvolvimento²² (Mangiron, 2016, p. 195, tradução nossa).

É interessante notar que as ideias expostas anteriormente confundem-se com os conceitos oferecidos pela autora para os termos “localização cultural” e “culturalização”, quando discorre sobre o tratamento que elementos especificamente culturais devem receber. Na verdade, Mangiron (2016) afirma que o conceito de adaptação cultural é equivalente aos de culturalização e localização cultural. Segundo o texto, tanto a localização cultural (Di Marco, 2007; Mangiron 2008 *apud* Mangiron, 2016) quanto a culturalização (Chandler, 2005; Dietz, 2006; Edwards, 2008 *apud* Mangiron, 2016) representam um processo que considera o grau de adaptação cultural e customização pelos quais um jogo deve passar, levando em conta o gênero do jogo, a estratégia tradutória geral e o público-alvo. Essa adaptação pode acontecer tanto no nível micro, ou textual, quanto no nível macro, que inclui os visuais, mecânicas e trilha sonora do jogo.

Por fim, Mangiron (2016) explora os diferentes fatores socioculturais que podem intervir na localização de jogos, fatores que têm uma natureza extratextual e que afetam a recepção do jogo em um dado território. As principais questões culturais que demandam atenção são: A) valores e expectativas culturais; B) variações linguísticas; C) requisitos específicos de um território, incluindo questões legais, censura e classificação indicativa de idade; D) cultura *gamer* (*gaming culture* e expectativas de jogabilidade).

No que diz respeito ao item A, Mangiron (2016) ressalta que diferentes territórios terão jogadores com valores e expectativas culturais distintas, já que são influenciados por “suas histórias, etnias, sistemas políticos, hábitos, tradições, valores religiosos e morais²³” (Mangiron, 2016, p. 195, tradução nossa). Nesse ponto, a autora fala sobre o humor, que é um aspecto muito

²² Original em inglês: “Undoubtedly, cultural adaptation is an important part of the localisation process and can be key to fostering an emotional localisation that will in turn reproduce the intended gameplay experience and facilitate players’ immersion in the game. If there are any cultural oddities in the game or any content that target players do not understand or find offensive this is likely to break their willing suspension of disbelief and impact negatively on the reception (and sales) of that game in a given territory. However, as game developers cannot be expected to be intimately familiar with the culture of all the territories where their game will be published, it is always possible that controversial issues regarding sex, gender, and religion, amongst others, remain in the localised versions. For this reason, translators’ traditional role as cultural mediators is also crucial in game localisation, as they may detect potentially problematic cultural elements that have been overlooked by the development team [...]”.

²³ Original em inglês: “[...] depending on their history, ethnicity, political system, habits, traditions, religious and moral values”.

dependente da cultura, mas também recomenda cuidado com alusões intertextuais que possam não ser reconhecidas ou compreendidas por jogadores. De maneira resumida,

Quando os elementos específicos da cultura são confusos, obscuros, ofensivos ou simplesmente não são engraçados para os jogadores-alvo, é aconselhável manipulá-los, considerando sua função no jogo e esforçando-se sempre para alcançar um efeito semelhante ao original nos jogadores-alvo. As referências culturais potencialmente ofensivas para uma comunidade-alvo podem ter um impacto negativo na recepção do jogo ou mesmo levar a uma proibição oficial²⁴ (Mangiron, 2016, p. 195-196, tradução nossa).

Sobre a variação linguística, o item B, a autora afirma que, embora dialetos geográficos em traduções sejam comumente neutralizados, uma vez que as informações pragmáticas e associações levantadas por eles são culturalmente marcadas e de difícil tradução, há uma tendência na localização de jogos pela substituição de sotaques específicos por outros representativos da cultura-alvo, o que caracteriza mais um exemplo da criatividade que um tradutor de jogos pode mobilizar para produzir uma versão-alvo que tenha a mesma sensação do original para jogadores-alvo (Mangiron, 2016). Mangiron alerta, no entanto, que existem exemplos de jogos em que essa estratégia domesticadora de extrema adaptação acabou surtindo efeito negativo, pois ela pode ser incompatível com a estética do original, o que afeta a jogabilidade e quebra a suspensão de descrença e a imersão dos jogadores-alvo.

O item C, que trata sobre requisitos específicos de um território, ressalta questões de marcas e licenciamento; de legislações locais, que podem proibir certos temas, imagens ou símbolos; a indicação etária, que pode variar entre países de acordo com os níveis de violência, profanidade, insinuações sexuais etc., o que restringe as vendas potenciais de um jogo; e censuras governamentais.

Já o último item, que aborda a questão da cultura *gamer* e as expectativas de jogabilidade, aponta a importância de se conhecer o perfil do mercado-alvo, reconhecendo, além das demandas e estéticas favoritas de um público específico, quais gêneros tendem a ser mais populares em certos territórios, informação que deve ser usada pelos departamentos de marketing para avaliar não somente o possível sucesso de um jogo localizado, mas também para medir o nível de adaptação cultural necessário (Mangiron, 2016). A autora cita um exemplo de localização do jogo japonês *Phoenix Wright* para os EUA, cuja decisão por um

²⁴ Original em inglês: “When the culture-specific elements are confusing, obscure, offensive or simply not funny for target players, it is advisable to manipulate them, taking into account their function in the game and always striving to achieve a similar effect on target players as the original. Cultural references that may be offensive for a target community are likely to have a negative impact on the reception of the game or even lead to an official ban [...]”.

elevado grau de adaptação cultural, com referências da cultura pop japonesa adaptadas para a cultura pop estadunidense, foi muito bem-sucedida. No entanto, ressalta, com o exemplo do jogo *Brooktown High Senior Year*, que o processo de adaptação cultural pode ir longe demais, pois o público de alguns jogos, como certos títulos japoneses, pode exigir que a maioria dos aspectos culturais exóticos sejam representados na localização. Mangiron (2016) conclui que,

ao lidar com o conteúdo cultural de um jogo, a adaptação cultural e reescrita completas do jogo original nem sempre são necessárias, nem aconselháveis. Às vezes, os elementos culturais podem permanecer intocados nas versões localizadas se não levantarem quaisquer problemas de compreensão ou questões culturalmente sensíveis nas versões-alvo. As referências à cultura de origem podem ser usadas para fornecer um certo sabor exótico da cultura original que os jogadores-alvo podem achar atraente ou até mesmo esperar, já que na era da web 2.0, em que a informação viaja e é trocada rapidamente, pode ser que os jogadores provavelmente já estejam cientes de que um jogo foi desenvolvido em um determinado país, o que os faz esperar por algum sabor cultural original²⁵ (Mangiron, 2016, p. 202, tradução nossa).

A autora encerra seu artigo reafirmando a importância da adaptação cultural como facilitadora do desenvolvimento de um vínculo afetivo entre jogadores-alvo e o jogo localizado, o que é conhecido como localização emocional ou ludológica, mas considera que, embora uma abordagem domesticadora seja normalmente a mais indicada nessa indústria, uma adaptação cultural extrema pode prejudicar a imersão (Mangiron, 2016). Sugere, ainda, linhas de pesquisa futura nos Estudos da Tradução que considera importantes, tais como a análise das técnicas de adaptação cultural utilizadas na localização, e estudos de recepção. Os estudos de recepção são importantes porque

envolvem jogadores de culturas originais e alvo, a fim de avaliar como jogadores de diferentes origens culturais interagem com um jogo e desenvolvem um vínculo afetivo com ele, comparando suas experiências de jogo. Tais estudos poderiam utilizar ferramentas como questionários, entrevistas, tecnologia de rastreamento ocular — que permitiria acompanhar os movimentos oculares dos jogadores — e medidas eletrofisiológicas, como frequência cardíaca e resposta galvânica da pele, para obter dados qualitativos e quantitativos sobre a recepção e imersão²⁶ (Mangiron, 2016, p. 203, tradução nossa).

²⁵ Original em inglês: “[...] when dealing with the cultural content of a game, complete cultural adaptation and rewriting of the original game is not always necessary, nor advisable. Sometimes cultural elements can remain untouched in the localised versions if they do not pose any comprehension problems or raise any culturally sensitive issues in the target versions. References to the source culture can be used to provide a certain exotic taste of the original culture that target players may find appealing or may even expect, since in the era of the web 2.0, where information travels and is exchanged fast, gamers are likely to be aware that a game has been developed in a particular country and may be expecting some original cultural flavour”.

²⁶ Original em inglês: “[...] reception studies involving gamers from original and target cultures are needed in order to assess how players from different cultural backgrounds interact with a game and develop an affective link with it, in order to compare their gameplay experience. Such studies could use tools such as questionnaires, interviews, eye-tracking technology –which would allow following players’ eye movements–, and

É interessante apontar aqui que, embora Mangiron demonstre a importância desses estudos empíricos, eles estão praticamente ausentes no *corpus* desta pesquisa. Isso pode indicar que a carência de pesquisas com o usuário ainda permanece, talvez devido às dificuldades inerentes à pesquisa com humanos. Além disso, é notável que a ideia central do trabalho é a de demonstrar a importância da adaptação cultural para a manutenção da imersão do jogador-alvo no jogo localizado, o que teria impacto direto no sucesso de vendas. A autora encerra seu trabalho reiterando que o avanço das pesquisas nesse subcampo pode beneficiar a indústria através do fornecimento de dados sólidos e do estabelecimento de diretrizes que contribuam para o sucesso de mercados globais. Percebe-se, portanto, um forte alinhamento com essa visão da indústria que submete as preocupações culturais exclusivamente aos fins do mercado.

Além do que já foi destacado, percebe-se que Carme Mangiron parece ser uma das autoras de maior influência nos estudos sobre tradução e localização, o que é corroborado não somente pela sua presença expressiva nos mapas de análise bibliométrica expostos anteriormente, mas também por sua presença nos referenciais teóricos citados pela grande maioria dos trabalhos que compõem o *corpus*. Por esses motivos, muitos dos conceitos e ideias levantados nesse artigo aparecem, também, nos trabalhos seguintes dessa etapa de análise qualitativa. Somente serão mencionadas, a seguir, conceitos e ideias que adicionem mais reflexões e detalhes relevantes ao estudo das questões culturais na localização de jogos.

4.2.2 – Journey to the East: Cultural adaptation of video games for the Chinese market localisation

O artigo *Journey to the East: Cultural adaptation of video games for the Chinese market*, é escrito por Luo Dong em parceria com Mangiron. O artigo levanta as mesmas questões e conceitos explorados no anterior, mas, dessa vez, direcionando-os para as especificidades da adaptação cultural de jogos para o chinês, com foco em aspectos como: formatos numéricos; terminologia relacionada à culinária; mitologia e lendas chinesas; músicas; a simbologia das cores; representação de personagens; mecânicas de jogo, tópico em que as autores destacam a característica coletivista da sociedade chinesa que predispõe os jogadores a preferirem jogos multijogador em equipe; e a questão da censura, muito presente na política chinesa e aplicada, no caso dos jogos, pelo Ministério da Cultura da República Popular da China

electrophysiological measures, such as heart rate and galvanic skin response, in order to obtain both qualitative and quantitative data about reception and immersion”.

(Dong, Mangiron, 2018). Uma série de exemplos de adaptações culturais para o chinês de jogos conhecidos são fornecidos para ilustrar cada um desses tópicos.

Do ponto de vista de conceitos e definições relacionadas à cultura, o artigo introduz, além das discussões anteriores, definições de localização cultural, segundo Di Marco (2007), e de culturalização, segundo Edwards (2011). No entanto, esses artigos citados pelas autoras também fazem parte do *corpus* desta pesquisa. Por esse motivo, os conceitos serão explicados posteriormente partindo do exposto nas fontes.

O artigo também defende que a tradução, no âmbito da localização, tem o objetivo de entreter, evitando o já mencionado “estranhamento cultural” que acontece na presença de elementos culturais ofensivos, confusos ou sensíveis, os quais podem afetar a jogabilidade, a imersão do jogador e, por consequência, o sucesso comercial de um jogo. Esse seria, portanto, “um tipo de tradução centrada no usuário que pode ser enquadrada em um paradigma funcionalista da tradução, em que o processo de tradução é moldado pelo propósito ou pela função do texto-alvo²⁷” (Nord, 1997 *apud* Dong; Mangiron, 2018, p. 150, tradução nossa).

Por fim, Dong e Mangiron (2018) também apontam em seu texto a necessidade de estudos de recepção com o público chinês que investiguem suas preferências e hábitos em relação às estratégias de localização e ao grau adequado de culturalização, de acordo com o gênero e tema dos jogos, o que parece indicar que estudos empíricos são ainda escassos em diferentes localidades.

4.2.3 – Found in Translation: Evolving Approaches for the Localization of Japanese Video Games

O artigo seguinte, de nome *Found in Translation: Evolving Approaches for the Localization of Japanese Video Games*, também foi escrito por Mangiron, mas em 2021. Trata-se de um dos trabalhos mais recentes do *corpus*, que observa as estratégias de localização para o inglês empregadas em três séries de jogos japoneses ao longo dos anos. Do ponto de vista dos conceitos, não se constata modificação no que foi dito em trabalhos anteriores, nem na maneira como aspectos culturais são abordados.

Esse é, no entanto, o primeiro trabalho do *corpus* que menciona o conceito de internacionalização utilizado por Chandler (2005 *apud* Mangiron, 2021), o qual consiste no desenvolvimento de jogos com recursos flexíveis facilmente substituíveis para adequação ao

²⁷ Original em inglês: “[...] it is a user-centred type of translation that can be framed within functionalist paradigms of translation, whereby the translation process is shaped by the intended purpose or function of the target text”.

locale de chegada, ação que garante uma localização tranquila que não demanda grandes modificações no design de um jogo. A internacionalização, portanto, deve ser considerada desde os estágios iniciais de desenvolvimento.

Há, também, menção aos conceitos de estrangeirização e domesticação de Venuti (1995 *apud* Mangiron, 2021). A estrangeirização preserva a maior parte do conteúdo sociocultural de um jogo para fazer com que os jogadores conheçam a cultura de partida (Fernández-Costales, 2012; O'Hagan; Mangiron, 2013 *apud* Mangiron, 2021), fornecendo um produto culturalmente “perfumado” (Iwabuchi, 2002 *apud* Mangiron, 2021) que é identificado como estrangeiro e encontra, nessa característica, um de seus maiores apelos (Consalvo, 2016; Hutchinson, 2019 *apud* Mangiron, 2021). Já a domesticação é utilizada, segundo Mangiron (2021), para adaptar o conteúdo de partida de forma a torná-lo mais local e próximo do público-alvo. Ela ressalta, no entanto, que domesticação e estrangeirização não são polos totalmente opostos, já que, ao longo de qualquer projeto de localização, o uso de ambas as estratégias precisa ser negociado pela equipe envolvida nesse trabalho, para que os marcadores culturais ofensivos ou de compreensão problemática possam ser identificados e separados daqueles que podem ser preservados para auxiliar jogadores a aprenderem mais sobre a cultura de partida (Carlson; Corliss, 2011 *apud* Mangiron, 2021). Portanto, Mangiron defende que é importante encontrar um equilíbrio entre as duas estratégias. Há, também, momentos em que o próprio fluxo de trabalho industrial de desenvolvimento e publicação de um jogo passa a priorizar soluções de localização mais simplificadas que ignoram alguns signos semióticos — que carregam significados e contribuem para a coesão geral de um jogo — e dedicam atenção apenas ao texto escrito ou gravado (Bernal-Merino, 2020 *apud* Mangiron, 2021). Esses signos semióticos, ignorados por relapso da equipe ou em decorrência de verbas limitadas, tornam-se traços residuais das origens culturais e nacionais de um jogo, mas esses momentos de “incongruência pragmática” também podem ser positivos, já que facilitam a circulação cultural e favorecem que jogadores se tornem cidadãos híbridos (Mandiberg, 2015 *apud* Mangiron, 2021).

Já no que diz respeito à análise que a autora faz das três séries de jogos japoneses (*Persona*, *Phoenix Wright: Ace Attorney* e *Yakuza*) constatou-se, nas localizações, uma tendência que foi de um alto grau de adaptação cultural, em anos anteriores, para um grau menor nos anos recentes, em consonância com as expectativas do mercado-alvo (Mangiron, 2021). A autora reafirma, no entanto, que embora haja essa tendência de preservar o conteúdo sociocultural desses jogos, a linguagem utilizada nas traduções precisa ser vívida e idiomática, de forma a proporcionar uma jogabilidade agradável que atraia maiores públicos.

Esse artigo, na verdade, dedica-se a olhar para a questão da localização de jogos japoneses a partir de uma análise, de caráter descritivo e documental, que coleta informações de fontes na internet para visualizar estratégias de localização e recepção de versões localizadas para a América do Norte. Não se trata, portanto, de uma pesquisa direta com o usuário e esses resultados não podem ser extrapolados para localizações de jogos produzidos no ocidente. Mangiron, inclusive, ressalta mais uma vez a importância de estudos de recepção com os jogadores dessas versões localizadas para confirmar as tendências pela estrangeirização observadas. A autora teoriza que essa tendência em jogos japoneses pode estar relacionada tanto ao fenômeno *Cool Japan* (McGray, 2002 *apud* Mangiron, 2021) quanto às tecnologias digitais e ao sucesso dos animês e mangás japoneses (Consalvo, 2016; Hutchinson, 2019 *apud* Mangiron, 2021), os quais contribuíram para que jogadores começassem a esperar que produtos japoneses não passassem por grandes adaptações culturais — que podem ser vistas por eles como uma forma de censura — e preservassem traços da cultura nipônica (Mandiberg, 2017 *apud* Mangiron, 2021).

As questões culturais são, então, observadas a partir das tendências de mercado e expectativas do usuário, e o trabalho do tradutor parece estar, aqui, mais restrito à adaptação linguística do texto. A autora, porém, destaca um aspecto, a nosso ver relevante, quando fala sobre a “co-criação” (*co-creation*) que pode acontecer quando a estratégia de localização cria uma relação próxima e dinâmica entre a equipe de desenvolvimento do jogo e a equipe de localização (O’Hagan; Mangiron, 2013 *apud* Mangiron, 2021). O artigo cita exemplos de jogos nos quais houve um trabalho em equipe envolvendo tradutores, produtores, roteiristas e desenvolvedores, o que acabou criando um esforço colaborativo pela escolha de traduções apropriadas que, em contrapartida, acabaram modificando, em alguns casos, até mesmo o jogo original, já que a localização pode ocorrer simultaneamente ao desenvolvimento do jogo (Mangiron, 2021). A co-criação pode, dessa forma, enfatizar o papel autoral do tradutor, já que permite que ele se envolva não só com a escrita e tradução dos textos, mas com o próprio processo de tomada de decisões no sentido de enriquecer o processo de adaptação cultural de jogos para outras localidades.

4.2.4 – Understanding the Impacts of Cultural Contents in Digital Game Based Exercises on Older Adults

O artigo *Understanding the Impacts of Cultural Contents in Digital Game Based Exercises on Older Adults*, de Augn Pyae, é um trabalho de 2018 que introduz uma nova

perspectiva: a da importância da localização e culturalização no desenvolvimento de jogos para adultos mais velhos, com foco na sua motivação e engajamento com exercícios físicos praticados através de videogames.

O autor cita Chandler e Deming (2012, 2014 *apud* Pyae, 2018) para destacar o conceito de culturalização, oferecendo uma definição similar à presente no referencial teórico desta pesquisa, porém de forma mais simplificada. A culturalização é vista como um passo além da localização, que observa as suposições fundamentais e escolhas de conteúdo de jogo para medir sua viabilidade em mercados multiculturais e em *locales* específicos. O autor também cita Skoog (2012 *apud* Pyae, 2018) para complementar o conceito, afirmando que a culturalização completa de um jogo demanda a mudança de seus conteúdos e contextos, incluindo ícones gráficos, cor, som, enredo e personagens. Ressalta, ainda, a importância da remoção de conteúdos e contextos inapropriados ou ofensivos, de forma que os jogadores de uma sociedade cultural possam se engajar com jogo e jogabilidade.

Pyae não faz maiores reflexões sobre questões culturais nem acrescenta muito aos conceitos já expostos, mas propõe um estudo interessante que busca analisar a maneira como conteúdos culturais nos jogos se relacionam com a motivação e engajamentos de adultos mais velhos. Para esse propósito, seu trabalho estabelece uma metodologia que visa culturalizar um jogo através da integração de conteúdos culturais relevantes, tais como artes de jogos, música, língua e história, para que, então, usuários com idade superior a 60 anos provenientes de contextos culturais específicos possam testar o jogo, momento em que suas impressões são registradas e avaliadas. Esse é o primeiro trabalho do *corpus* a propor um estudo empírico diretamente com usuários, o que contribui com essa linha de pesquisa que aparentemente tem sido negligenciada. Porém, o artigo, infelizmente, relata uma pesquisa futura ainda em planejamento, com foco na exposição de objetivos e metodologia, não fornecendo resultados.

4.2.5 – Cultural Localization: Orientation and Disorientation in Japanese Video Games

O próximo artigo relevante trata-se do trabalho de Francesca Di Marco, com o título de *Cultural Localization: Orientation and Disorientation in Japanese Video Games*, que foi publicado em 2007. Seu foco está na investigação da localização cultural de alguns jogos japoneses para línguas europeias.

Um de seus diferenciais é o de oferecer uma definição bem detalhada do que seria a localização cultural, um dos termos utilizados como palavra-chave de nossa pesquisa no PoP. Segundo a autora, a localização cultural é um processo que consiste na

adaptação de recursos visuais, sonoros e roteiros concebidos em um idioma por membros de uma cultura para outro idioma e outra cultura, de tal forma que pareçam, ao mesmo tempo, totalmente consistentes com os pressupostos, valores e outros limites e perspectivas da segunda cultura, e internamente consistentes com as estratégias semióticas do texto, estética e som do jogo original. Portanto, supondo que o texto de um videogame consiste, principalmente, não em linguagem, mas em cultura (sendo a representação verbal e não verbal, na verdade, um veículo do contexto social e moral a partir do qual um jogo é produzido), a localização cultural de jogos levanta questões relacionadas a traduzibilidade, compreensão e perda de sentido, bem como a possibilidade de estabelecimento de novas identidades no espaço indeterminado da tradução cultural²⁸ (Di Marco, 2007, p. 2, tradução nossa).

Nota-se, portanto, que, apesar de Mangiron (2016) considerar os conceitos de localização cultural, culturalização e adaptação cultural equivalentes no primeiro artigo de nosso *corpus*, Di Marco, ainda em 2007, enfatizava outras questões importantes, além daquelas que são comuns a todos os conceitos, principalmente quando afirma que jogos são feitos de cultura e que os elementos verbais e não verbais são os veículos responsáveis por transportar o contexto social e moral dos produtores do jogo. Além disso, ressalta a capacidade formadora de identidades da tradução cultural. Sobre a questão da traduzibilidade que Di Marco menciona no trecho destacado acima, a autora ainda acrescenta que

A traduzibilidade de um jogo não é apenas uma questão das diferenças linguísticas mais óbvias entre línguas “estrangeiras” e culturas “estrangeiras”, mas também se estende às fronteiras entre valores culturais e marketing. A localização cultural tem a ver com perturbação, recombinação, hibridização, “cortar e misturar”; é um processo que fica entre a chamada tradução orientada para o leitor, ou “domesticadora”, e a tradução orientada para a fonte, ou fiel. A localização cultural de jogos envolve a questão da objetividade, da neutralidade e da transparência da representação da versão original. Considerando as categorias do ‘verdadeiro’ e do ‘autêntico’, explora os limites de um videogame como produto cultural e distancia-se de uma representação fiel e de uma reprodução fiel das culturas, tentando alcançar uma série de hibridizações²⁹ (Di Marco, 2007, p. 6, tradução nossa).

²⁸ Original em inglês: “[...] cultural localization; that is, the adaptation of visuals, sound and scripts conceived in one language by members of one culture to another language and another culture, in such a way that they seem at once fully consistent with the assumptions, values and other boundaries and outlooks of the second culture, and internally consistent within the semiotic strategies of the original video game text, visuals and sound. Assuming that the text of a video game thus consists primarily not of language but in fact of culture (verbal and non-verbal representation being, in effect, a vehicle of the social and moral background from which a video game is produced), the cultural localization of video games raises questions related to translatability, comprehension and loss of meaning, as well as to the possibility of establishing new identities in the indeterminate space of cultural translation”.

²⁹ Original em inglês: “The translatability of a video game is not only a matter of the most obvious linguistic differences between ‘foreign’ languages and ‘foreign’ cultures, but also extends to the boundaries between cultural values and marketing. Cultural localization is about unsettling, recombination, hybridization, ‘cut and mix’; it is a

Assim, percebemos que autora posiciona a localização cultural em um lugar entre a domesticação e a estrangeirização, de forma a abandonar representações “fiéis” de culturas para se dedicar a um esforço de hibridização cultural que reúne referências de ambas as culturas — de partida e de chegada — para conceber o jogo localizado. Em suma,

dado que a negociação entre duas culturas gera uma hibridização extremamente intrincada entre elas, tanto nos jogos como em outros tipos de mídias, espera-se que o localizador desempenhe um papel ativo — de forma autoconsciente e com disposição — nesse processo³⁰ (Di Marco, 2007, p. 7, tradução nossa).

Já quando fala sobre a perda de sentido que pode ocorrer no processo de localização, Di Marco (2007) diz que aceitá-la também significa aceitar a possibilidade de adições e da melhoria do texto durante a tradução, enfatizando, ao mesmo tempo, que o papel do localizador³¹ é o de compensar as perdas, evitando o prejuízo de sentido, de fascínio, de humor e de caracterização no jogo. No entanto, adverte que a extensão dessa compensação não é questão de gosto individual e que só é válida quando auxilia a manter a intenção textual subjacente do texto fonte, o que significa dizer, como outros autores o fazem nos trabalhos que compõem o *corpus*, que o objetivo da localização não é o de produzir uma equivalência literal do texto original, mas o de criar a experiência pretendida pelo jogo original no jogo localizado (Di Marco, 2007).

Por fim, ao comparar a análise qualitativa com os achados bibliométricos da análise quantitativa do *corpus*, notamos mais um aspecto relevante: o conceito central desse artigo, o

process that stands between so-called readeroriented or ‘domesticating’ translation and source-oriented or faithful translation. The cultural localization of video games involves the question of objectivity, neutrality and the transparency of the representation of the original version. Considering the categories of the ‘true’ and the ‘authentic’, it explores the limits of a video game as a cultural product and distances itself from a faithful representation and an accurate reproduction of cultures, attempting to achieve a series of hybridizations”.

³⁰ Original em inglês: “Given that the negotiation between two cultures generates an extremely intricate hybridization of cultures, in video games as well as in other media, the localizer plays an active – and hopefully self-aware and willing – part in this process”.

³¹ Em conversas com a orientadora deste trabalho, polemizamos, inclusive, o uso do termo “localizador” por pesquisadoras como Di Marco (2007) e Mangiron (2006), pois o tradutor não está sendo nomeado como tal. A indústria, ao utilizar termos neutros como “localizador” ou “linguista”, muitas vezes evita assumir responsabilidades contratuais e financeiras, obscurecendo a função essencial desse profissional, que frequentemente não recebe o devido crédito nos jogos que traduz. Essa estratégia, além de permitir que a indústria evite assumir responsabilidades contratuais mais favoráveis para o profissional, desvaloriza o trabalho do tradutor. Em essência, embora o discurso da indústria enfatize a colaboração dos profissionais e exalte a liberdade criativa na localização, a prática contraproducente de designar o tradutor como “localizador” ou outros termos genéricos e vazios de significado resulta na subvalorização da profissão, uma vez que o tradutor se torna um profissional multitarefas que assume uma série de encargos e não é remunerado de maneira condizente. Diante desse cenário, é ainda mais preocupante quando acadêmicos da área são influenciados pela nomenclatura imposta pela indústria. Quando os autores começam a utilizar termos como “localizador”, isso tem consequências; é mais uma prática que contribui para a manutenção do estado das coisas e para o rebaixamento geral que se faz da profissão do tradutor.

da localização cultural, pode ter caído em desuso. A observação mais detalhada do mapa de visualização temporal da ocorrência das palavras-chave (Figura 8) no VOSviewer revela apenas dois usos do termo “localização cultural”. Seu primeiro uso acontece em 2007, por Di Marco, nesse artigo que conta com 106 citações na base de dados do Google Scholar, sendo utilizado como referência por autores como Mangiron, Fernández Costales, O’Hagan, Pyae. Em 2016, o termo é novamente mencionado, no primeiro artigo de nosso *corpus*, em referências que Mangiron faz sobre a própria obra de Di Marco, mas na sua grafia com “s”: *cultural localisation*. Isso é uma evidência de que, pelo menos dentro do conjunto de obras aqui analisadas, os autores têm preferido o uso dos termos *culturalization* e *cultural adaptation*, ambos com seis ocorrências no *corpus* (se ignorarmos as diferenças de grafias e mesclarmos *culturalization* e *culturalisation* em um item só), em detrimento de *cultural localization*. Aqui reforçamos que, segundo Mangiron (2016), o significado dos três conceitos é, na prática, o mesmo, mas a observação das ocorrências ao longo dos 16 anos abordados no *corpus* pode revelar quais conceitos tiveram seu uso consolidado nesse recente subcampo disciplinar. As informações obtidas através do *corpus* não geram conclusões definitivas, mas fornecem indícios de possíveis tendências no desenvolvimento dos estudos sobre localização de jogos.

4.2.6 – *Game on! Burning issues in game localization*

Destacamos, também, o artigo *Game on! Burning issues in game localization*, de Carme Mangiron. Trata-se de um trabalho publicado em 2018 que, embora não ofereça maiores discussões ou conceituações relacionadas à cultura, revela importantes linhas de pesquisa, as quais, segundo a autora, devem atrair a atenção de pesquisadores nos anos vindouros. Essa análise é, a nosso ver, relevante, já que fala sobre tendências do desenvolvimento dos estudos nesse subcampo e revela questões ainda pouco abordadas, algumas das quais relacionam-se, direta ou indiretamente, com preocupações culturais.

Mangiron (2018) reitera que, apesar de as primeiras publicações terem começado a ser publicadas já no final dos anos 90 e início dos anos 2000, ainda existem importantes tópicos de pesquisa, do ponto de vista da indústria ou da academia, que necessitam de maior investigação, dentre os quais destaca: a posição da localização de jogos nos Estudos de Tradução; a sua relação com outros tipos de tradução, principalmente a TAV; acessibilidade nos jogos; qualidade da tradução; tradução colaborativa; estudos de recepção; o uso da tecnologia e a formação de tradutores.

Segundo a autora, já existe um considerável número de artigos publicados na literatura sobre localização de jogos, mas as pesquisas têm se concentrado na descrição de características principais e na análise de variados modelos de localização e de seus processos. Além disso, Mangiron (2018) afirma que ainda existem poucos estudos de caso descritivos, e isso dificulta o trabalho dos pesquisadores que se propõem a estabelecer regularidades e tendências sobre questões como estratégias de tradução, a tradução de humor e a tradução de referências culturais.

Dentre os tópicos que já atraíram uma certa atenção de pesquisadores, a autora também cita linhas de pesquisas que, embora menos numerosas, abordaram questões como estratégias de tradução, destacando trabalhos de Fernández-Costales, Mangiron e O'Hagan; adaptação cultural, com trabalhos publicados por Di Marco, Edwards e Mangiron; e a tradução de humor, estudada por Mangiron e Lepre (Mangiron, 2018). Sobre o tema da adaptação cultural, quatro dos cinco trabalhos citados e considerados mais importantes pela autora fazem parte do *corpus* desta pesquisa e estão sendo analisados nesta seção (ver Di Marco, 2007; Edwards, 2011; Mangiron, 2012, 2016), com exceção de um artigo de Edwards com o título de *Beyond localization: An overview of game culturalization*, publicado no livro *Fun for all: Translation and accessibility practices in video games*, que organizou em conjunto com Mangiron, Orero e O'Hagan em 2012.

Quando fala sobre os estudos de recepção, uma das linhas de pesquisa que considera mais importante e promissora, Mangiron (2018) mais uma vez ressalta que a localização de jogos é um tipo funcional de tradução centrada no usuário (Suojanen; Koskinen; Tuominen, 2014 *apud* Mangiron, 2018) que deve proporcionar uma experiência de jogo similar para jogadores da versão-alvo, de forma que possam desfrutar do jogo como os jogadores da versão original. Da mesma maneira, tanto desenvolvedores como *publishers* esperam que tradutores produzam versões-alvo que sejam tão boas quanto a original e que façam com que jogadores-alvo acreditem que o jogo foi criado especificamente para eles. No entanto, Mangiron (2018) reconhece que, embora essas sejam as maiores premissas da localização de jogos, nenhum estudo provou se elas estão corretas, pois estudos focados na experiência de jogador, tanto de jogadores originais quanto de jogadores-alvo, são escassos devido às complexidades inerentes à sua elaboração, assim como à dificuldade de reunir participantes e analisar os dados. Por isso, defende que

É necessária uma investigação mais aprofundada sobre a dimensão afetiva da localização de jogos e sua ênfase no usuário, a fim de lançar mais luz sobre a teoria e a prática. Estudos transculturais experimentais de recepção em grande escala,

envolvendo equipes interdisciplinares de pesquisadores de campos como design de jogos, psicologia e estudos de tradução, podem auxiliar na obtenção de dados sobre a experiência do jogador original e do jogador-alvo. Esses dados, por sua vez, poderiam guiar estratégias de design e localização de jogos³² (Mangiron, 2018, p. 129, tradução nossa).

Esses aspectos evidenciam contradições importantes nos estudos sobre tradução e localização de jogos, já que não se conhecem exatamente nem mesmo os anseios da comunidade de jogadores que consomem esses produtos culturais, ainda mais quando consideramos que cada localidade terá características que serão únicas daquela cultura local, demandando estudos específicos para aquela realidade. Isso pode indicar, inclusive, que os estudos nesse subcampo disciplinar, muitos dos quais promovem uma abordagem funcionalista e uma tradução centrada no usuário, têm se amparado muito mais em práticas consolidadas da indústria do que em um conhecimento real sobre jogadores e suas necessidades.

4.2.7 – *We are the Others: Localising Italians for Italians in Video Games*

O próximo artigo que destacamos tem o título de *We are the Others: Localising Italians for Italians in Video Games*, e foi redigido por Silvia Pettini em 2022, sendo um dos mais recentes do *corpus*. Esse trabalho consiste em um estudo qualitativo que analisa a representação de personagens italianos como estrangeiros em jogos, buscando identificar se a tradução e localização desempenharam algum papel na remediação da interpretação que os desenvolvedores tiveram de italianos do ponto de vista da alteridade (Pettini, 2022).

A autora cita dois trabalhos para conceituar “Outro” e “alteridade”. Em primeiro lugar, segundo Pinchevski (2016 *apud* Pettini, 2022), “Outro” e “alteridade” são termos advindos das ciências humanas, especialmente das ciências sociais, que designam a propriedade de ser outro, de ser distinto, se referindo à “diferença radical do outro”. Já para Castree *et al.* (2013, p. 357 *apud* Pettini, 2022, p. 208, tradução nossa):

O “Outro” é uma pessoa ou grupo de pessoas que é percebido como fundamentalmente diferentes de si mesmo, geralmente em termos de raça, etnia, gênero e sexualidade. Já a “alteridade” denota as características definidoras do Outro, e “a construção da alteridade do Outro” é o processo pelo qual a alteridade é usada

³² Original em inglês: “[...] further investigation into the affective dimension of game localisation and its emphasis on the user is necessary in order to shed more light on game localisation theory and practice. Large scale cross-cultural experimental reception studies involving interdisciplinary teams of researchers from fields such as game design, psychology, and translation studies, can help obtain data about PX of both original and target users, which could in turn inform game design and localisation strategies”.

para criar “grupos dentro e fora da sociedade e para justificar a forma como os Outros são tratados”³³.

Esses conceitos relacionam-se com o trabalho de Franco Aixelá e Vargas Gómez (2012), autores que, como exposto anteriormente, preocupam-se com o potencial que a tradução tem de transmitir imagens distorcidas do Outro. Da mesma forma, são muito relevantes quando consideramos o cuidado que a localização de jogos deve ter com as representações culturais.

No trabalho de Pettini, há uma nítida preocupação com a representação de italianos nos jogos, pois, embora a produção de jogos na Itália seja muito limitada, essa é uma cultura que ocupa um lugar de destaque nas narrativas dos videogames (Benoît-Carbone; Fassone, 2020 *apud* Pettini, 2022), e a indústria tem se apropriado, com sucesso, de estereótipos e do patrimônio artístico italiano para representar o país através de personagens e cenários (Gandolfi, 2015 *apud* Pettini, 2022). Segundo Pettini (2022), essa questão da representação é importante porque é através dela que os jogos se apropriam de aspectos da realidade — como pessoas, grupos, ideias, lugares e objetos — e os recriam de acordo com suas necessidades. A autora cita Bennet e outros (2019 *apud* Pettini, 2022) para reforçar que a representação é uma forma de mediação, um processo de interpretação a partir do qual o meio do jogo seleciona, constrói e consolida, limitando o número de interpretações possíveis de uma visão particular do mundo. É pensando no potencial transformador da representação de culturas que se torna fundamental

compreender a maneira como os jogos são construídos pelos desenvolvedores e como podem ser recebidos por diferentes públicos, pois a imagem do mundo encontrada nos jogos pode moldar a forma como os jogadores pensam sobre o mundo em geral e sobre pessoas específicas, grupos, e lugares em particular, com potenciais repercussões na forma como esses grupos e lugares são tratados³⁴ (Bennett *et al.*, 2019, p. 154 *apud* Pettini, 2022, p. 211, tradução nossa).

Nota-se, portanto, que as representações, as quais originam-se, por sua vez, da interpretação que os desenvolvedores fazem da realidade, são meios de transmissão de visões de mundo específicas, podendo influenciar jogadores a nutrir, em seu imaginário, concepções preconceituosas sobre culturas, países e grupos minoritários. Há, de fato, uma pressão social cada vez maior para que haja um cuidado, por parte dos criadores de qualquer forma de

³³ Original em inglês: “[...] ‘other’ is a single person or a group of people who are perceived to be fundamentally different from oneself, usually in terms of race, ethnicity, gender, and sexuality, ‘otherness’ denotes the defining characteristics of the other and ‘othering’ is the process by which otherness is used to create “in- and out-groups within society and to justify the way in which Others are treated”.

³⁴ Original em inglês: “[...] it is important to understand how games are constructed by developers and how they can be received by different audiences, because the image of the world found in games can shape the way players think about the world in general and about specific people, groups, and places in particular, with potential repercussions on how these groups and places are treated”.

entretenimento, no sentido de evitar conteúdos discriminatórios e culturalmente imprecisos. No entanto, muitas passagens problemáticas em jogos podem passar despercebidas, já que o escritor de videogames escreve, em grande medida, sobre o Outro.

Qual seria, então, o papel do tradutor nesse contexto? Pettini (2022) busca analisar se houve alguma remediação nas interpretações durante o processo de tradução e localização e, para isso, analisa diacrônica e qualitativamente uma série de jogos contendo representações italianas. Ao final da análise, conclui que, no processo de localização de representações italianas estrangeiras para o jogador-alvo italiano,

a neutralização é a estratégia mais comum e apropriada, uma vez que os sotaques ou dialetos locais não refletiriam as mesmas conotações do original. A maioria dos personagens que falam com um acentuado sotaque italiano no jogo original recebem uma voz italiana padrão na localização italiana, enquanto as palavras e expressões italianas que realçam o sabor da Alteridade no original perdem inevitavelmente o valor de caracterização pretendido³⁵ (Pettini, 2022, p. 226, tradução nossa).

Percebemos que a análise de Pettini (2022) é direcionada, portanto, às estratégias de tradução empregadas na localização desses jogos contendo representações italianas. Ela não adentra em outros aspectos mais profundos do texto, ressaltando apenas as questões relacionadas à caracterização dos personagens, incluindo os dialetos e sotaques empregados nas versões originais. Nossa proposta com esta pesquisa é olhar, por outro lado, para a abordagem de questões culturais enraizadas no texto e no jogo como um todo, olhando para o trabalho do tradutor mais do ponto de vista de sua responsabilidade social e menos sob a ótica das práticas da indústria da localização de jogos. A autora reafirma, porém, em suas conclusões, que

O conhecimento sobre o Outro é central para a compreensão e definição da nossa identidade, e as representações da Alteridade são recursos fundamentais para as nossas autorrepresentações. Os videogames envolvem-se continuamente na prática representacional da construção da Alteridade de pessoas que divergem daquelas que, em um momento e lugar específicos, são vistas como normais e hegemônicas. A indústria de jogos é dominada por empresas japonesas, norte-americanas, chinesas e, em menor grau, por empresas da Europa Ocidental, que regularmente mediam e remediam uma variedade de Outros em todo o mundo³⁶ (Pettini, 2022, p. 225, tradução nossa).

³⁵ Original em inglês: “[...] neutralisation is the most common and appropriate strategy, since local accents or dialects would not reflect the same connotations as the original. Most characters speaking with a marked Italian accent in the source game are given a standard Italian voice in the Italian localisation, while the Italian words and expressions enhancing Otherness’ flavour in the original inevitably lose the intended characterisation value”.

³⁶ Original em inglês: “Knowledge about the Other is central for understanding and defining our identity and representations of Otherness are pivotal resources for our self-representations. Video games continuously engage in the representational practice of othering people who diverge from those who, at a specific time and place, are seen as normal and hegemonic. The game industry is dominated by Japanese, North American, Chinese and, to a lesser extent, Western-Europe companies which regularly mediate and re-mediate a variety of Others globally”.

Além disso, Pettini (2022) reconhece a necessidade de se estender esse tipo de estudo a outros “Outros”, de forma a comparar representações, localização e a culturalização de outras nacionalidades ou etnicidades em suas respectivas localidades. A conceituação de culturalização será tratada posteriormente durante a análise do artigo de Edwards (2011), o artigo citado pela maioria dos autores presentes nesse *corpus* para tratar sobre esse conceito específico.

4.2.8 – *Cultural Transfer in Video Games*

Seguimos essa etapa de análise com o artigo *Cultural Transfer in Video Games*, obra de Mateusz Sajna publicada em 2018. O autor fala especificamente sobre questões culturais e sua relação antagônica com as práticas de internacionalização na indústria dos jogos e, portanto, introduz reflexões relevantes para esta pesquisa.

Sajna (2018) é um dos poucos autores nesse *corpus* a tentar definir o conceito de “cultura” propriamente dita. Reconhece, em primeiro lugar, a dificuldade de definição e compreensão do conceito e afirma que a cultura envolve significados compartilhados que não são criados por indivíduos, mas por coletivos (2012 *apud* Sajna, 2018). O autor cita Hall (1997, p. 2 *apud* Sajna, 2018, p. 178, tradução nossa), que resume sua concepção de cultura da seguinte forma:

Dizer que duas pessoas pertencem à mesma cultura é dizer que elas têm interpretações muito similares do mundo e que podem expressar a si mesmas, seus pensamentos e sentimentos sobre o mundo, de maneiras que serão compreendidas uma pela outra. Assim, a cultura requer que os seus participantes interpretem o que está acontecendo ao seu redor de forma significativa, e que ‘deem sentido’ ao mundo de modos amplamente semelhantes³⁷.

Sajna (2018) ainda acrescenta que a cultura é, ao que tudo indica, a razão pela qual o mundo é um lugar de grande diversidade, com povos tão distintos. No entanto, alerta que essa diversidade pode estar em perigo, pois as práticas de internacionalização tornaram-se amplamente difundidas e passaram a representar, ao mesmo tempo, uma facilidade a mais para o trabalho dos tradutores e um oponente letal às culturas.

³⁷ Original em inglês: “To say that two people belong to the same culture is to say that they interpret the world in roughly the same ways and can express themselves, their thoughts and feelings about the world, in ways which will be understood by each other. Thus culture depends on its participants interpreting meaningfully what is happening around them, and ‘making sense’ of the world, in broadly similar ways”.

O conceito de internacionalização foi brevemente explorado anteriormente no *corpus* por Mangiron, que cita Chandler (2005 *apud* Mangiron, 2021). No entanto, Sajna aprofunda essa definição. Segundo seu artigo, a internacionalização requer que

referências genéricas sejam utilizadas no lugar de nomes específicos sempre que possível, porque uma pessoa, fenômeno ou objeto famoso na cultura de origem pode ser completamente desconhecido na cultura do mercado-alvo. Os jogos devem permanecer tão culturalmente neutros quanto possível, tornando menos perceptível para os jogadores do mercado-alvo o fato de que o produto não foi desenvolvido pensando originalmente neles. É provável que um jogo internacionalizado seja mais fácil de localizar, o que é importante quando se levam em conta os prazos apertados da indústria de videogames e a prática do envio simultâneo (*Sim-ship*). Por um lado, a internacionalização ajuda muito os tradutores, facilitando a compreensão do produto. Conseqüentemente, eles têm menos dificuldades na tradução do texto e a qualidade da tradução é provavelmente melhor. Por outro lado, a internacionalização pode tornar o produto menos interessante e sem graça³⁸ (Sajna, 2018, p. 179, tradução nossa).

O autor afirma, ainda, que essa característica “neutralizante” da internacionalização pode causar a “morte da diversidade cultural” (Pym, 2004 *apud* Sajna, 2018). No entanto, segundo O’Hagan e Mangiron (2013 *apud* Sajna, 2018), não é realmente possível ou desejável que todas as referências culturais sejam excluídas de um jogo, e tradutores que encontrem termos culturalmente específicos devem decidir ou pela domesticação do jogo ou pelo uso de estratégias estrangeirizadoras. Na verdade, e como outros autores já afirmaram anteriormente, os tradutores são mais inclinados a escolher a domesticação em seu trabalho, pois os elementos culturais, que sempre estão presentes em menor ou maior escala, precisam ser modificados para que os jogos sejam percebidos como originalmente produzidos para o jogador-alvo. Nesse sentido, o autor cita O’Hagan e Mangiron (2006 *apud* Sajna, 2018) para destacar a “carta branca” (*carte blanche*), ideia intimamente conectada com o conceito de “transcrição”, que tradutores recebem para adaptar, modificar ou remover todas as referências culturalmente específicas ou trocadilhos que possam ser incompreensíveis ou problemáticos na cultura-alvo. Mais do que isso, localizadores podem, além de preservar a experiência dos jogos, melhorá-la, na medida em que introduzem novas referências culturais às da cultura de origem, inserindo piadas e outros elementos (Sajna, 2018). Esse é o processo de hibridização cultural que Di

³⁸ Original em inglês: “[...] Furthermore, they suggest that generic references be utilized in place of specific names whenever possible, because a person, phenomenon or object famous in the source culture might be completely unknown in the target market culture. Video games should remain as culturally neutral as possible, thus making it less noticeable for target market players that the product was not developed primarily with them in mind. An internationalized game is likely to be easier to localize, which is important when taking into account the tight deadlines of the video game industry and the simultaneous shipment practice. On the one hand, internationalization greatly helps translators, making the product easier to understand. Consequently, they have fewer difficulties rendering the text, and the translation quality should be better. On the other hand, internationalization might make the product less interesting and bland”.

Marco (2007) analisa, conforme mencionamos anteriormente na análise de seu artigo presente no *corpus*. Consequentemente, “o que é uma exceção para outros tipos de tradução parece ser uma regra na localização de jogos, uma vez que a cultura do idioma de chegada é destacada em detrimento da cultura do idioma de partida³⁹” (Sajna, 2018, p. 180, tradução nossa).

Em seguida, Sajna expõe o conceito de culturalização, mas utilizando a mesma citação direta de Di Marco (2007, p. 2) que destacamos anteriormente para definir o conceito de localização cultural. Portanto, o autor também considera, assim como Mangiron (2016), os dois termos equivalentes, mas adiciona que a culturalização envolve a adaptação do conteúdo cultural de um jogo para que suas vendas possam ser bem-sucedidas no mercado internacional (Mangiron, 2008 *apud* Sajna, 2018). Na realidade, “é o potencial de vendas em escala global dos jogos que impulsiona a necessidade de localização e culturalização em primeiro lugar⁴⁰” (Sajna, 2018, p. 180, tradução nossa). Além disso, o autor divide a culturalização em duas modalidades: culturalização linguística, que trata do texto e outros elementos linguísticos, e culturalização não linguística, que trata das imagens e de todos os aspectos das camadas não textuais dos jogos (Sajna, 2018).

Podemos observar que as preocupações culturais do autor também são muito ligadas às práticas do mercado e às sensibilidades dos jogadores, de forma que as decisões sempre são motivadas pelo aumento da aceitação dos jogos em mercados-alvo e, consequentemente, dos lucros. No entanto, Sajna reconhece a complexidade e as dificuldades inerentes a essa transferência cultural e sugere a ideia de que a indústria não precisa de tradutores, mas de especialistas em cultura, pois não existem jogos desprovidos dela. Conclui, enfim, que a criação de jogos aculturais é impossível porque

as ideias para esses produtos de entretenimento derivam de pessoas que cresceram em comunidades e culturas específicas, indivíduos que tiveram suas mentes “contaminadas” por essas influências. E mesmo que fosse possível produzir tais jogos, eles seriam, possivelmente, um tanto sem brilho, pois esse tempero cultural parece ser justamente o ingrediente que contribui para a jogabilidade geral de um título específico⁴¹ (Sajna, 2018, p. 183, tradução nossa).

³⁹ Original em inglês: “What is an exception for other translation types seems to be a rule in game localization, highlighting the target language culture over the source language one”.

⁴⁰ Original em inglês: “It is video games’ potential to be sold globally that drives the need for localization and culturalization in the first place”.

⁴¹ Original em inglês: “[...] because the ideas for those entertainment products come from people who have been raised in particular communities and cultures, and whose minds have been ‘contaminated’ by them. And even if it were possible to produce such games, they could be rather lackluster, because it seems to be this cultural spice that contributes to the overall gameplay of a particular title”.

4.2.9 – *The Localisation of Japanese Video Games: Striking the Right Balance*

O próximo artigo que destacamos é mais um trabalho de Carme Mangiron, publicado em 2012 com o título de *The Localisation of Japanese Video Games: Striking the Right Balance*. A autora analisa as principais estratégias de localização empregadas em jogos japoneses, observando o processo de adaptação cultural e revelando se há preferência pela domesticação ou pela estrangeirização. Além disso, examina a reação de jogadores e críticos a essas versões localizadas.

De maneira geral, o artigo não explora novos conceitos ou ideias que já não tenham sido abordados em trabalhos anteriores do *corpus*. Mangiron (2012), no entanto, introduz duas subdivisões para o conceito de adaptação cultural: a adaptação em nível macro e adaptação em nível micro. As modificações em nível macro fazem parte das decisões tomadas, em última instância, pela desenvolvedora ou pela *publisher*, e dizem respeito à definição de estratégias de marketing, que podem, por sua vez, determinar alterações até mesmo no design do jogo, incluindo mecânicas, dificuldade, visuais, roteiro, título, história e a arte presente na caixa do jogo (Mangiron, 2012). As adaptações em nível micro são, por outro lado, realizadas diretamente por tradutores no conteúdo textual do jogo, momento em que as questões culturais devem ser identificadas e adaptadas, neutralizadas ou omitidas, especialmente quando há presença de humor, de referências culturais, assim como de elementos culturais confusos, obscuros, ofensivos ou desinteressantes para o mercado-alvo (Mangiron, 2012).

Mangiron (2012) também discute um pouco sobre o conceito de transcrição, uma das palavras-chave que mais se destacou durante a etapa de análise bibliométrica do *corpus*. Segundo a autora,

A localização pode abranger a modificação de qualquer elemento do produto original para adaptá-lo ao mercado-alvo. No caso dos videogames, qualquer recurso — texto do jogo, recursos de arte, de áudio e cinematográficos, mecânica de jogo etc. — pode ser adaptado, e os tradutores geralmente recebem carta branca para modificar ou recriar qualquer elemento do original que julgarem necessário, podendo, inclusive, incluir novas referências à cultura-alvo em suas traduções. Essa liberdade criativa tem sido referida como transcrição, destacando o elemento criativo que faz parte da missão do tradutor⁴² (Mangiron, 2012, p. 3, tradução nossa).

⁴² Original em inglês: “Localisation can encompass the modification of any element of the original product to adapt it to the target market. In the case of video games, any asset —in-game text, art assets, audio and cinematic assets, game mechanics, etc.— can be adapted, and translators are generally granted carte blanche to modify or recreate any element of the original that they deem necessary or indeed include new references to the target culture in their translations. This creative freedom has been referred to as transcreation (Mangiron & O’Hagan, 2006), highlighting the creative element that is part of the translator’s remit”.

Dessa forma, podemos ver que a transcrição ressalta um papel mais ativo e até mesmo autoral do tradutor no processo de tradução e adaptação cultural de jogos, enfatizando, normalmente, o uso de estratégias domesticadoras. Por ressaltar a liberdade do tradutor, se distancia das recorrentes discussões sobre fidelidade em subcampos mais tradicionais, como o da tradução literária, por exemplo. Na localização de jogos, a fidelidade diz respeito à experiência de jogo do jogador original, que deve ser reproduzida. Essa premissa traz consigo, no entanto, outras problemáticas que merecem discussão. Afinal, quem define o que é e como é a experiência original? Ela é mesmo passível de ser reproduzida? Quando lidamos com experiências que são, em última instância, subjetivas, dificilmente poderemos obter definições exatas.

Ao final de sua análise, Mangiron (2012, p. 15, tradução nossa) conclui que, “ao localizar jogos japoneses, é importante encontrar um equilíbrio entre abordagens domesticadoras e exotizantes, considerando fatores como o gênero do jogo, a cultura do jogo, a classificação indicativa e os valores culturais dos jogadores-alvo⁴³”. Esse equilíbrio é importante, no caso dos jogos japoneses, porque abordagens excessivamente domesticadoras podem não agradar a audiência-alvo, que muitas vezes conhece, admira a cultura japonesa e espera vê-la representada. Nesse caso, a total neutralização desse “tempero” cultural seria justamente o fator responsável pela quebra da suspensão de descrença e da imersão, prejudicando a diversão dos jogadores e o sucesso das vendas nos territórios-alvo (Mangiron, 2012).

Mangiron (2012) também afirma que os Estudos da Tradução e a indústria dos jogos têm muito a se beneficiar com os avanços dos estudos sobre a localização de jogos, uma prática que considera altamente criativa, colaborativa e que possibilita que tradutores frequentemente assumam o papel de coautores. Além disso, enfatiza a necessidade de estudos comparativos de recepção multicultural, os quais podem informar desenvolvedores e *publishers* sobre formas de melhorar a recepção de seus títulos nos territórios-alvo, fornecendo experiências mais envolventes e aumentando as vendas e as margens de lucro. Portanto, o artigo trata principalmente sobre práticas da indústria e sobre o potencial que a localização tem de alavancar as vendas, desde que jogadores sejam agradados em suas expectativas.

⁴³ Original em inglês: “[...] when localising Japanese games, it is important to strike a balance between domesticating and exoticising approaches, considering factors such as the game genre, the gaming culture, the ratings system and the cultural values of the target players”.

4.2.10 – *Video game localisation: adapting superheroes to different cultures*

Em um artigo seguinte do *corpus*, com o título de *Video game localisation: adapting superheroes to different cultures*, Alberto Fernández Costales avança a discussão sobre a transcrição através da análise de seu uso na localização de jogos de super-heróis para culturas diferentes. No caso de jogos narrativos inspirados por obras escritas, tais como livros e histórias em quadrinhos, o artigo conclui que a transcrição acaba sendo limitada pela necessidade de reprodução de características essenciais de determinadas franquias (Fernández Costales, 2014). O autor afirma, então, que os tradutores devem considerar os conhecimentos anteriores do público-alvo, os quais podem incluir até mesmo traduções já consagradas utilizadas em livros, filmes e outros tipos de materiais que se tornam parte de um ecossistema ou universo artístico e, por isso, não podem ser considerados de forma isolada. O objetivo deve ser sempre o de cumprir com as expectativas dos jogadores, o que, no caso dos jogos baseados em histórias de super-heróis, significa encontrar um equilíbrio entre abordagens criativas e um senso de lealdade à história original (Fernández Costales, 2014).

Fernández Costales (2014) também relaciona o conceito de transcrição com o modelo funcionalista de Nord, embora reconheça que conceitos como o *briefing* de tradução (Nord, 1997 *apud* Fernández Costales, 2014) e o solicitante (Nord, 1991 *apud* Fernández Costales, 2014) já pareçam antiquados em um mundo globalizado, com mercados acelerados e práticas como o *sim-ship*. Segundo o autor, Nord (1997 *apud* Fernández Costales, 2014) simplificou as abordagens funcionalistas através de um modelo racional ou moderado, o qual considera que as traduções, embora estejam sujeitas à função que a mensagem precisa desempenhar no público-alvo, não precisam esquecer do texto de origem. Dessa forma, esse modelo funcionalista moderado estaria de acordo com o equilíbrio no emprego da transcrição que Fernández Costales defende. O autor ressalta até mesmo o conceito de lealdade de Nord (1997 *apud* Fernández Costales, 2014), afirmando que se trata de uma ferramenta útil para tradutores na busca por um equilíbrio entre o respeito às intenções do autor original e o propósito da mensagem a ser transmitida. Nesse sentido, o autor parece assumir um posicionamento mais conservador que não admite a liberdade irrestrita da transcrição.

Ainda sobre a transcrição, o autor menciona uma crítica realizada por Bernal-Merino (2006 *apud* Fernández Costales, 2014), segundo o qual

Os termos “localização de jogos” e transcrição não parecem suficientemente precisos para serem utilizados em Estudos de Tradução, uma vez que “localização” é um termo utilizado pela indústria que inclui atividades não linguísticas, e não temos uma

definição clara de “transcrição”. Os ET não parecem ganhar nada com a sua aceitação. Na minha opinião, ‘tradução’ ainda é o termo mais adequado para se referir a qualquer tipo de transferência linguística, mas se for para usar “localização”, o termo deverá ser sempre sucedido de “linguística” ou “cultural”⁴⁴ (Bernal-Merino, 2006 *apud* Fernández Costales, 2014, p. 228, tradução nossa).

Parece que não havia, portanto, um consenso sobre o uso desses termos e conceitos, e autores como Bernal-Merino (2006 *apud* Fernández Costales, 2014) ainda consideram que os Estudos da Tradução são prejudicados por essa suposta fragmentação que acontece pela criação de neologismos e conceitos carentes de maior clareza e exatidão, os quais aproximam esse subcampo de investigação de práticas e ideias que são, em sua essência, as da indústria.

4.2.11 – *Language, Identity and Games: Discussing the Role of Players in Videogame Localization cultures*

No artigo seguinte, um trabalho recente de nome *Language, Identity and Games: Discussing the Role of Players in Videogame Localization*, Marina Fontolan *et al.* (2022) analisam a influência de jogadores na indústria da localização do ponto de vista de especialistas ligados à própria indústria que foram entrevistados em diferentes ocasiões.

De maneira geral, a pesquisa conclui que esses especialistas compreendem os jogadores como mais do que consumidores, já que eles são responsáveis por pressionar a indústria a investir na localização e, ao mesmo tempo, avaliar a efetividade do processo de localização por meio de feedback exposto em fóruns e em páginas disponibilizadas por empresas para o relato de *bugs* nos jogos (Fontolan *et al.*, 2022). Esse poder de pressão está relacionado a um outro conceito ligado às questões culturais que esse artigo introduz: o de “performance cultural”. Os autores citam Bhabha (1994 *apud* Fontolan *et al.*, 2022) para explicar que

existem duas formas diferentes de se engajar na cultura: de forma antagonica ou de forma afiliativa; especialmente em relação ao Outro e à sua cultura. Nesse sentido, pode-se enquadrar alguns ou todos os aspectos de outra cultura ou mesmo antagonizá-la. É claro que essas relações são complexas e estão em constante evolução, buscando autorizar híbridos culturais⁴⁵ (Fontolan *et al.*, 2022, n.p., tradução nossa).

⁴⁴ Original em inglês: “The terms ‘game localisation’ and transcreation do not seem accurate enough to be used in Translation Studies, since ‘localisation’ is an industry-used term and includes non linguistic activities, and we do not have a clear definition of ‘transcreation’. TS do not seem to gain anything from their acceptance. In my opinion, ‘translation’ is still the most adequate term to refer to any type of language transfer, but if ‘localisation’ is to be used it should always be preceded by ‘linguistic’ or ‘cultural’”.

⁴⁵ Original em inglês: “[...] one has two different ways to engage in culture: in an antagonistic or in an affiliative way; especially towards the Other and their culture. In this sense, one might frame some or all aspects of another culture or even antagonize it. Of course, these relationships are complex and constantly ongoing, seeking to authorize cultural hybrids”.

Os autores ainda citam Edwards (2011 *apud* Fontolan *et al.*, 2022), em um de seus artigos que também faz parte do *corpus* desta pesquisa, para mais uma vez levantar o conceito de hibridização que ocorre nessas relações, processo importante tanto para acompanhar as mudanças culturais em diferentes grupos quanto para considerar os processos industriais da localização de jogos.

Ainda em relação ao conceito de performance cultural, o artigo explica que

as comunidades de jogos — formadas por jogadores — atuam pressionando a indústria de videogames a localizar jogos, para que editores e desenvolvedores abordem o contexto em que um jogo é jogado. Quando uma cultura de jogo se torna reconhecidamente importante, torna-se necessário que a indústria aborde esse problema através do apoio à localização de idiomas adequados a essa cultura. Esse processo traz essa cultura ainda mais para o *mainstream*, ao mesmo tempo que utiliza os seus jogadores como uma espécie de revisão por pares com o intuito de melhorar a localização⁴⁶ (Fontolan *et al.*, 2022, n.p., tradução nossa).

Observamos, portanto, que a noção de performance cultural parece estar ligada, aqui, ao potencial que uma comunidade de jogadores tem de se fazer relevante no mundo globalizado. Para a indústria, isso significa dizer que determinada comunidade tem influência suficiente no mercado para justificar os investimentos em localização.

4.2.12 – *Culturalization: The Geopolitical and Cultural Dimension of Game Content*

Seguindo com a análise dos textos, abordamos o artigo *Culturalization: The Geopolitical and Cultural Dimension of Game Content*, obra de Kate Edwards (2011) que é utilizada por diversos autores para tratar sobre o conceito de culturalização.

O conceito oferecido é o mesmo já exposto no referencial teórico deste trabalho, assim como também mencionado por outros autores: a culturalização é um passo além da localização que permite que jogadores possam, além de compreender o conteúdo do jogo, conectar-se a ele de forma mais profunda e significativa, impedindo, na mesma medida, que a imersão seja quebrada por conteúdo incongruente ou ofensivo (Edwards, 2011). Para que as sensibilidades culturais de uma localidade no conteúdo de um jogo sejam identificadas e remediadas,

a culturalização requer uma abordagem muito proativa em relação à concepção e desenvolvimento de conteúdos, em que a viabilidade internacional do conteúdo é

⁴⁶ Original em inglês: “In this sense, game communities — formed by players — act by pressuring the videogame industry to localize games, so that publishers and developers address the context a game is played in. [...] When a gaming culture becomes recognizably important, it becomes necessary that the industry address it by supporting language localization catered to that culture”.

considerada ao longo de todo o ciclo. Simplificando, a culturalização não é apenas uma etapa obrigatória para vender no exterior; torna-se um procedimento holístico para o design, desenvolvimento e distribuição do jogo que reconhece a realidade da exposição global no primeiro dia de lançamento⁴⁷ (Edwards, 2011, p. 21, tradução nossa).

Percebemos, nos conceitos já expostos e através da leitura do artigo, que o conceito de culturalização utilizado originalmente por Edwards (2011) defende uma preocupação com as sensibilidades culturais de mercados-alvo desde as etapas iniciais de desenvolvimento do jogo, como forma de evitar qualquer repercussão negativa que possa surgir entre jogadores, com órgãos governamentais e nos veículos de comunicação, alguns dos quais já nutrem uma visão negativa em relação aos jogos. Edwards (2011) chega, inclusive, a recomendar que as empresas documentem todo o processo de tomada de decisões na forma de uma explicação defensiva para, caso seja necessário, ela possa se justificar publicamente, já que o argumento de liberdade de expressão não tem muito peso em muitas localidades. Na verdade, é muito nítido no artigo que, apesar de ele ser uma referência importante e muito citada em pesquisas sobre localização de jogos no âmbito dos Estudos da Tradução, seus apontamentos são direcionados muito mais aos desenvolvedores dos jogos e às empresas responsáveis por eles do que aos tradutores e seu trabalho com a tradução e adaptação cultural.

Sobre o conceito de cultura propriamente dita, Edwards (2011) a define, do ponto de vista do conteúdo dos jogos, de forma bastante simplificada, unindo os conceitos de conteúdo e contexto. O conteúdo diz respeito à informação criada para ser disseminada e perpetuada, representando tudo que o jogador vê, ouve e lê em um jogo. Já o contexto representa as circunstâncias e eventos que constituem um ambiente particular no espaço e tempo a partir do qual a informação é criada e gerenciada. Por fim, a autora define a cultura como o conteúdo de um contexto específico que é acumulado e gerenciado. Segundo ela,

podemos olhar para qualquer cultura específica — seja latina, árabe ou qualquer outra — como um conjunto combinado de “ativos de conteúdo” que definem claramente a aparência, a sensação, o som, o gosto e a natureza geral da cultura. Junto com esses ativos vêm as expectativas sobre o que se enquadrará ou não nas normas dessa cultura. Se pensarmos sobre a cultura dessa forma, muitas vezes é mais fácil compreender como os ativos de conteúdo do mundo de um jogo podem entrar em conflito com as expectativas sobre o que se enquadra nos ativos de conteúdo de uma cultura específica. Portanto, se o jogo contém um conteúdo que não se enquadra nas expectativas da cultura ou é perceptível o suficiente para tirar o jogador do contexto

⁴⁷ Original em inglês: “[...] culturalization requires a very proactive approach to content design and development, wherein the international viability of the content is considered throughout the cycle. Put simply, culturalization isn’t just a required step for selling overseas; it becomes a holistic *modus operandi* for the game’s design, development and distribution which acknowledges the reality of global exposure on the first day of release”.

do jogo e reforçar sua própria visão de mundo cultural, surge um problema potencial⁴⁸ (Edwards, 2011, p. 22, tradução nossa).

Trata-se, portanto, de um conceito utilitarista de cultura que a reduz ao cuidado com o uso de “ativos” de conteúdo em jogos que podem conflitar com os “ativos” de conteúdo que fazem parte do contexto cultural do jogador-alvo. Essa é, efetivamente, uma visão simplificada que pretende apenas atender às necessidades do mercado.

Considerando que todo conteúdo carrega cultura, Edwards (2011) destaca, do ponto de vista das forças geopolíticas e culturais em ação, quatro categorias amplas de situações ou aspectos culturais que são mais propensos a causar problemas em jogos: nos casos em que a cultura-alvo é mais religiosa e protetora de sua fé; quando o jogo aborda questões históricas e a cultura-alvo é protetora de seu legado e origens; quando são representadas minorias em jogo que recebem algum tipo de tratamento desigual baseado em aspectos específicos como sua cultura, etnia e nacionalidade; e quando existe algum tipo de conflito geopolítico entre governos que os levam, por exemplo, a não reconhecer a posse do outro sobre um território que é representado em jogo.

Edwards (2011) afirma, enfim, que uma culturalização bem-feita dentro do ciclo de desenvolvimento é um processo demorado que demanda recursos consideráveis, mas garante que a melhora da imagem pública da empresa, da qualidade do conteúdo e das relações com os diferentes governos assegura o retorno de qualquer investimento. A autora também ressalta que, embora a culturalização possa ser vista como uma forma de tolher o trabalho criativo dos desenvolvedores de um jogo, ela é, na verdade, o processo que garante que o divertimento possibilitado por aquela visão criativa original seja maximizado para a maior quantidade possível de culturas, demandando apenas uma atitude respeitosa e proativa em relação à percepção que o mercado local tem das intenções dos desenvolvedores.

4.2.13 – *A Brief History of Game Localisation*

Já no artigo seguinte do *corpus*, um trabalho de Bernal-Merino com o título de *A Brief History of Game Localisation*, dois novos termos, equivalentes entre si, que se confundem com

⁴⁸ Original em inglês: “[...] we can look at any specific culture — whether Latino or Arab or whatever — as a combined set of “content assets” that clearly define the look, feel, sound, taste and general nature of the culture. Along with those assets come expectations for what will or will not fit within the norms of that culture. If we think about culture in this way, it’s often easier to comprehend how the content assets of a game’s world might conflict with the expectations for what fits in the content assets of a specific culture. So if the game contains a piece of content that doesn’t fit with the culture’s expectations or is noticeable enough to shock the gamer out of the game’s context and reinforce their own cultural worldview, then a potential problem arises”.

a definição de culturalização, são mencionados pelo autor: localização profunda (*deep localisation*) e localização aprimorada (*enhanced localisation*) (Bernal-Merino, 2011). Segundo o autor,

Esses adjetivos, que modificam um termo genérico já estabelecido, são utilizados para indicar que o jogo está mais próximo do consumidor em cada localidade. Em outras palavras, tudo o que não contrarie o mundo do jogo em si e que possa facilitar a imersão dos jogadores pode ser reconsiderado e adaptado para adequar-se ao que é considerado como ideal no sentido de promover um impacto local mais bem-sucedido. De certa forma, a localização de jogos pode, por vezes, assumir um papel criativo que as visões tradicionais sobre tradução considerariam estar fora do âmbito das funções dos especialistas linguísticos. Pode ser algo tão simples como adicionar todas as principais etnias aos avatares dos jogadores, ou incluir marcas locais e celebridades com as quais os fãs possam se identificar, ou até mesmo alterar histórias e locais para não alienar os consumidores em locais específicos. É certamente um conceito delicado e que pode ser involuntariamente levado longe demais, mas, os próprios jogos afirmam, muitas vezes, de forma bastante inequívoca o que é admissível e o que não é⁴⁹ (Bernal-Merino, 2011, p. 17, tradução nossa).

A ideia de localização profunda ou aprimorada é, como podemos observar, praticamente equivalente aos conceitos de culturalização, localização cultural ou adaptação cultural. Cada autor pode destacar um ou outro aspecto, mas a ideia é muito semelhante. Bernal-Merino (2011) chega até a afirmar que a localização aprimorada é o objetivo pelo qual a maioria das *publishers* trabalha, pois isso não só garante a satisfação do jogador-alvo, como também o fortalecimento da marca e o aumento dos lucros. Curiosamente, apesar de o autor empregar o termo “culturalização” nas palavras-chave de seu artigo, a palavra não é mencionada nem uma vez sequer em seu texto. Como mencionado por Fernández Costales (2014) anteriormente, Bernal-Merino é um autor que já se posicionou contra o uso de termos como “transcrição” e até mesmo contra o uso do termo “localização” no âmbito dos Estudos da Tradução, julgando que o termo “tradução” continua sendo o melhor para se referir a qualquer tipo de transferência linguística. No entanto, aqui ele faz uso da expressão “localização aprimorada”, termo que ele mesmo afirma ter surgido a partir do uso comum na indústria e entre profissionais de serviços linguísticos, aspecto que criticou anteriormente na ocasião da inclusão do conceito de

⁴⁹ Original em inglês: “This adjective modifying established, generic term is used to indicate that the game is brought closer to the consumer in each locale, in other words, anything that is not against the game world itself and can ease the immersion of players can be reconsidered and adapted to fit what is considered to have a more successful local impact. In a way, game localisation can at times take a creative role that traditional views on translation would sanction as being beyond the scope of language experts’ duties. [...] It can be something as simple as adding all major ethnicities for players’ avatars, or local brands and celebrities that fans can relate to, or even change storylines and locations so as to not alienate consumers in particular locales. It is certainly a delicate concept and one that can be unwittingly stretched too far, but often games themselves state rather unambiguously what is admissible and what is not”.

“localização” nos Estudos da Tradução (ver Bernal-Merino, 2006 *apud* Fernández Costales, 2014).

4.2.14 – *Video games localisation: posing new challenges to the translator*

O próximo artigo selecionado do *corpus* foi escrito por Carme Mangiron em 2006, sendo um dos mais antigos, com o título de *Video games localisation: posing new challenges to the translator*. Trata-se de um trabalho que aborda noções mais básicas, incluindo questões como os ativos dos jogos que precisam ser localizados, modelos de localização e quais competências tradutórias os profissionais necessitam para atuar bem nessa área, além de também reforçar a importância da formação de tradutores para a localização. Não cabe, aqui, descrever em detalhes cada tópico abordado, até porque muitas reflexões desse trabalho já foram abordadas anteriormente, mas destacamos alguns pontos que abordam, novamente, a questão da transcrição, que se relaciona com o trabalho de adaptação cultural.

Ao introduzir o conceito, Mangiron (2006) cita a expressão “carta branca”, que comumente utiliza em seus trabalhos para destacar a liberdade que o localizador⁵⁰ recebe, ao ser apresentado a um projeto, de promover todas as mudanças que julgar necessárias, principalmente as que envolvam o tratamento de questões e referências culturais e de humor. Segundo a autora,

Os localizadores podem até mesmo solicitar alterações gráficas, de design e, inclusive, do enredo, se acharem necessário localizar verdadeiramente o jogo para sua cultura-alvo. Assim, a localização de jogos distingue-se de outros tipos de tradução na medida em que permite um elevado grau de personalização das versões traduzidas, ao ponto de os localizadores terem a liberdade de fazer e solicitar alterações não só nos diálogos ou nas mensagens de texto, mas também nos gráficos, imagens e enredo, de uma forma completamente diferente do que ocorre em qualquer outro tipo de tradução. Pode-se dizer que a localização de jogos vai além da tradução comum, a ponto de praticamente se transformar em transcrição⁵¹ (Mangiron, 2006, p. 5, tradução nossa).

Esse trecho é interessante pois destaca uma maior agência do localizador, que pode solicitar alterações significativas no projeto caso ache necessário. Obviamente, isso nem sempre

⁵⁰ Ver nota de rodapé de número 28 na página 58.

⁵¹ Original em inglês: “Localisers may even go as far as to request graphics, design and even story line changes if they feel it is necessary to truly localise the game for their target culture. Thus, games localization distinguishes itself from other types of translation in that it allows for a high degree of customisation of the translated versions, to the point that localisers have the freedom to do and request changes not only to the dialogues or text messages, but also to the graphics, images and story line, in a fashion unknown to any other type of translation. It could be said that games localisation goes further than ordinary translation, to the point that it practically becomes transcreation”.

será possível, pois diferentes empresas e diferentes projetos oferecerão variados graus de liberdade aos profissionais envolvidos com a localização, mas isso representa um aspecto que é muito característico da atuação na localização de jogos. Por razões de marketing, para que jogadores em todo o mundo possam reconhecer, identificar e discutir sobre pontos importantes dos jogos em fóruns on-line, os únicos aspectos que os desenvolvedores normalmente desejam manter inalterados nas diferentes versões de um jogo são os nomes de personagens principais e dos cenários (Mangiron, 2006).

Ao discutir sobre práticas de transcrição, a autora também fala sobre a noção de “perda na tradução”, que tradicionalmente tem sido central nos Estudos da Tradução. Sobre isso, Mangiron afirma que,

Embora a ideia de que a perda é uma parte inevitável e intrínseca do processo de tradução seja amplamente partilhada, a noção de “ganho na tradução” ainda não foi explorada em muitos detalhes. A localização de jogos, devido à elevada criatividade e reescrita a ela associadas, proporciona uma boa base para explorar ainda mais o conceito de ganho de tradução, uma vez que os jogos localizados são por vezes tão bons ou até melhores que os seus originais⁵² (Mangiron, 2006, p. 9, tradução nossa).

Dessa forma, percebemos que a ideia de hierarquia que posiciona o texto de partida acima do texto de chegada é desmantelada nas práticas e estudos sobre a localização de jogos. Reconhecer que um produto traduzido e localizado pode ser até melhor que as versões originais é uma conclusão impensável em práticas e subcampos mais tradicionais da tradução, afinal, a localização de jogos “é provavelmente o único gênero de tradução em que o texto de origem é tão flexível e maleável ao ponto de permitir a alteração de imagens, gráficos ou enredos para adequação à cultura-alvo⁵³” (Mangiron, 2006, p. 14, tradução nossa). Mais do que isso, notamos, no artigo de Mangiron (2006) e no *corpus* como um todo, uma clara ligação entre o conceito de transcrição e o da culturalização ou adaptação cultural. Na verdade, a culturalização demanda o uso da transcrição, pois a realização de adaptações e acréscimos que consideram e valorizam a cultura de chegada requer um esforço criativo do tradutor que o coloca no papel de autor do jogo localizado. Por ser um trabalho criativo que concede um elevado grau de liberdade aos profissionais da área, não é difícil imaginar que o talento do tradutor para a escrita possa resultar em títulos localizados superiores aos originais.

⁵² Original em inglês: “Even though the idea that loss is an inevitable and intrinsic part of the translation process is widely shared, the notion of “translation gain” has not yet been explored in much detail. Games localisation, due to the high amount of creativity and rewriting that is associated to it, provides a good basis for further exploring the concept of translation gain, as localised games are sometimes as good or even better than their originals”.

⁵³ Original em inglês: “It is probably the only translation genre in which the source text is so flexible and malleable that it can be modified to the extent of changing images, graphics or story lines to fit in the target culture”.

4.2.15 – *English Translation of Martial Arts Games: Take Interactive Interface Text Translation of “Chu Liuxiang” as an Example*

O próximo artigo analisado traz, no entanto, uma perspectiva diferente das expostas anteriormente e, por esse motivo, merece destaque. Referimo-nos a um estudo chinês, produzido por Lu Qiaodan e Han Siyu, intitulado *English Translation of Martial Arts Games: Take Interactive Interface Text Translation of “Chu Liuxiang” as an Example*. O artigo, que foi publicado em 2019, analisa a localização de jogos de artes marciais chineses, produtos que, por carregarem a cultura local, são importantes instrumentos de comunicação cultural.

Segundo os autores, os jogos tornaram-se um modo de vida e, por atraírem muitos jovens, funcionam como produtos divulgadores de valores específicos que influenciam jogadores, especialmente os de gerações mais jovens (Qiaodan; Siyu, 2019). Afirmam, ainda, que a China tem se preocupado cada vez mais com sua influência cultural no cenário das relações internacionais, o que coloca os jogos, nesse contexto, em um papel de destaque no processo de disseminação da cultura chinesa.

O trabalho destaca, também, a importância do que chamam de “palavras impregnadas de cultura”, que podem ser divididas em quatro categorias: palavras centrais impregnadas de cultura, palavras impregnadas de cultura com um conceito importante, palavras comuns impregnadas de cultura e palavras especiais impregnadas de cultura (Qiaodan; Siyu, 2019). Cada uma dessas categorias demanda, de acordo com o trabalho, estratégias de tradução diferentes, mas sempre com o intuito de preservar a cultura chinesa e evitar a tradução livre ou criativa daquelas consideradas mais culturalmente significativas, de forma a evitar o possível apagamento de traços e referências culturais considerados importantes pelos autores. Qiaodan e Siyu prezam, portanto, por estratégias estrangeirizadoras, e pretendem instruir a forma como tradutores devem lidar com a localização de jogos chineses para o inglês.

De forma resumida, defendem que

se quisermos que os jogos desempenhem um papel no processo de disseminação da cultura chinesa, precisamos prestar atenção especial à tradução das palavras impregnadas de cultura. A disseminação da cultura é, na realidade, uma forma de comunicação simbólica. O jogo, de fato, atua como portador de símbolos culturais específicos. Como exemplo, o Japão utiliza o anime para difundir símbolos como *sakura* e *kawaii* para públicos não domésticos. Esses símbolos constroem uma compreensão e uma impressão da cultura junto ao público de outros países. Portanto, na tradução de jogos, o tradutor precisa garantir que as palavras impregnadas de cultura nos jogos de artes marciais atuem plenamente como “símbolos culturais”, permitindo que o público de outros países compreenda, em primeiro lugar, o significado e o encanto desses símbolos culturais para que, em seguida, sejam

atraídos, de forma suave e silenciosa, para a cultura tradicional chinesa⁵⁴ (Qiaodan; Siyu, 2019, p. 137, tradução nossa).

Essa publicação demonstra, como podemos ver acima, uma perspectiva completamente diferente das outras que compõem o *corpus*. Através da análise dos artigos, percebe-se que prepondera uma compreensão e preocupação com a cultura que é completamente atrelada aos interesses da indústria, buscando sempre satisfação de usuários e aumento das vendas. Aqui, no entanto, a preocupação é direcionada para as questões culturais propriamente ditas, ressaltando os jogos como veículos transmissores de visões de mundo, de símbolos culturais chineses que propagam a cultura desse país para o resto do mundo. O artigo é, de fato, uma exceção no *corpus*, já que aborda o potencial transformador da tradução e adaptação cultural. No entanto, a nosso ver, os autores defendem um viés equivocado que, apesar de não submeter a cultura aos interesses da indústria e do lucro, afasta, igualmente, essa discussão do papel social do tradutor, buscando, por outro lado, utilizá-la como ferramenta de promoção e expansão da influência internacional chinesa e aumento de seu poder brando, de forma intencional e, como os próprios autores mencionaram na citação acima, “silenciosa”. Com o aumento do poder brando chinês, expande-se a capacidade nacional de influenciar o comportamento de outras nações através de meios culturais e/ou ideológicos. Nota-se, dessa forma, um interesse geopolítico em torno da localização de jogos chineses para o resto do mundo.

4.2.16 – *De fã para fã: as traduções de Chrono Trigger*

O trabalho de Galhardi, publicado em 2014 com o título *De fã para fã: as traduções de Chrono Trigger*, também exhibe uma preocupação maior com questões culturais. Em primeiro lugar, chama a atenção por ser um dos poucos artigos do *corpus* a procurar a definir o próprio conceito de cultura.

Galhardi (2014), apesar de reconhecer que não há um consenso definitivo sobre a noção do conceito de “cultura”, que pode ser abordado a partir de inúmeras perspectivas, cita dois autores dentre os pesquisadores dos Estudos da Tradução para defini-lo: Peter Newmark e Hans

⁵⁴ Original em inglês: “If we wish games to play a role in the process of spreading Chinese culture, we need to pay special attention to the translation of culture-loaded words. The spread of culture is, in fact, a kind of symbolic communication. The game actually functions as a carrier of specific cultural symbols. For example, Japan uses anime to spread symbols such as “sakura” and “kawaii” to non-domestic audiences. These symbols form an understanding and impression of a culture in the audience in other countries. Therefore, in game translation, the translator needs to ensure that the culture-loaded words in the martial arts games fully act as “cultural symbols”, letting the audience of other countries understand the meaning and charm of the cultural symbols first, and then attracting them into Chinese traditional culture smoothly and silently”.

Vermeer. Segundo Newmark (1988, p. 94 *apud* Galhardi, 2014, p. 143), cultura é “a maneira de viver e suas manifestações que são peculiares a uma comunidade que usa uma linguagem em particular como forma de expressão”. Já Vermeer (1987, p. 28 *apud* Galhardi, 2014, p. 143) define cultura como “o conjunto de normas e convenções que um indivíduo, como membro de sua sociedade, precisa conhecer de modo a ‘ser como todos os outros’ – ou ter a capacidade de se diferenciar de todos os demais”. Porém, Galhardi (2014), considerando as contribuições de Newmark e Vermeer, propõe uma definição que considera mais ampla, afirmando que cultura “inclui um sistema de crenças, valores e estratégias por meio dos quais funciona uma comunidade linguística, e que se regula por normas e convenções que se originam da própria comunidade e afetam todos os seus membros” (Galhardi, 2014, p. 143).

O trabalho de Galhardi (2014) é interessante porque, além de explorar mais a definição de cultura, ressalta, mais uma vez, a importância do modelo da transcrição na localização de jogos. Em uma análise que faz de duas traduções de fãs do jogo *Chrono Trigger* para o português brasileiro, constata que os próprios fãs reconheceram a importância e optaram pelo uso da transcrição, a qual requer uma participação ativa do tradutor na adaptação cultural do jogo para o público-alvo (Galhardi, 2014).

4.2.17 – Transcreación y adaptación cultural en videojuegos: proceso, producto y recepción

Da mesma forma, o artigo de Itziar Zorrakin-Goikoetxea, intitulado *Transcreación y adaptación cultural en videojuegos: proceso, producto y recepción*, também busca expandir os estudos sobre a transcrição e a adaptação cultural. Trata-se de um estudo exploratório publicado em 2022 que, além de reunir as contribuições de diversos autores sobre o tema, propõe uma pesquisa com desenvolvedores e um estudo de recepção com usuários.

A autora aponta, em primeiro lugar, que a transcrição é uma forma de tradução que se distancia do significado e forma do texto de partida para se dedicar à adaptação cultural ao mercado de destino, abandonando a relação estreita entre o conteúdo original e a tradução (Zorrakin-Goikoetxea, 2022a). No entanto, ela é única autora do *corpus* a mencionar que o conceito de transcrição também é utilizado em outros subcampos, tal como na tradução publicitária e a na tradução de poesias. Compreende-se, aqui, que a transcrição apresenta várias características em comum com a domesticação ou a tradução orientada para o usuário, tanto na tradução publicitária, na de poesia quanto na localização de jogos, tendo como ideia principal a substituição de qualquer referência cultural que não seja apropriada para o usuário-alvo

(Bernal-Merino, 2015 *apud* Zorrakin-Goikoetxea, 2022a). Além disso, entende-se que, consequentemente,

num produto transcriado, a reação que a tradução pode provocar no público predomina sobre o significado da mensagem. Para além da tradução de nomes próprios, jogos de palavras e referências culturais, a transcrição implica, também, se necessário, a adaptação gráfica, técnica e musical do produto⁵⁵ (Zorrakin-Goikoetxea, 2022a, p. 214, tradução nossa).

Zorrakin-Goikoetxea (2022a) também relata que, no âmbito da localização de jogos, o termo “transcrição” é frequentemente associado a Carme Mangiron e Minako O’Hagan, representando a liberdade criativa do tradutor em seu trabalho na área, enquanto autores como Bernal-Merino contestaram, pelo menos inicialmente, a necessidade de uso do termo. A análise do *corpus* corrobora essa informação. Percebe-se, na verdade, que Carme Mangiron parece ter sido, em especial, a maior defensora e divulgadora do conceito de transcrição no subcampo disciplinar da tradução e localização de jogos, sendo a autora mais citada para fundamentar o amplo uso do termo neste *corpus*. É relevante notar, no entanto, que segundo Zorrakin-Goikoetxea (2022a), o termo transcrição não é só amplamente utilizado em estudos científicos, mas tem sido cada vez mais utilizado por provedores de serviços linguísticos profissionais.

Em relação aos conceitos de adaptação cultural e transcrição, a autora não acrescenta novas reflexões às que já foram feitas em outros artigos do *corpus*, mas os resultados sobre o estudo com desenvolvedores e jogadores são interessantes. Zorrakin-Goikoetxea (2022a) conclui que, embora os desenvolvedores entrevistados estejam cientes do conceito de localização, o mesmo não pode ser dito sobre o conceito de transcrição, e o tamanho da empresa está diretamente ligado ao grau de familiarização com o conceito, sendo mais compreendido em empresas maiores. Já em relação aos jogadores, a autora conclui que “as opiniões sobre a importância da adaptação cultural estão divididas e podem depender do tipo de jogo, dos gostos pessoais, do conhecimento linguístico do jogador ou de outros fatores⁵⁶” (Zorrakin-Goikoetxea, 2022a, p. 227, tradução nossa). Portanto, a transcrição pode nem sempre ser bem-vinda do ponto de vista do usuário, mas a pesquisa trabalha com uma amostragem limitada, e os resultados não podem ser generalizados. Por isso, a autora

⁵⁵ Original em espanhol: “Por consiguiente, en un producto transcreado, la reacción que la traducción pueda provocar en el público predomina sobre el significado del mensaje. Más allá de la traducción de nombres propios, juegos de palabras y referencias culturales, la transcreación también implica, de ser necesaria, la adaptación gráfica, técnica y musical del producto”.

⁵⁶ Original em espanhol: “Las opiniones sobre la importancia de la adaptación cultural están divididas y pueden depender del tipo de juego, los gustos personales, el nivel de conocimiento de idiomas del jugador u otros factores en los que resultaría interesante profundizar en un estudio de recepción más específico”.

recomenda a realização de mais estudos diretamente com os usuários, a fim de revelar as expectativas de jogadores em pesquisas mais específicas sobre a atitude domesticadora ou estrangeirizadora na localização jogos.

Por fim, destacamos dois trabalhos adicionais do *corpus*, um que trata sobre os desafios culturais e linguísticos da localização de jogos e um que trata especificamente sobre a transcrição. Grande parte das discussões trabalhadas já foram comentadas anteriormente, mas podemos ressaltar pontos relevantes nos dois trabalhos.

4.2.18 – Cultural and linguistic challenges of video games translation with some examples from Grey’s Anatomy by Ubisoft

O artigo de Ewa B. Nawrocka, de 2016, tem o título de *Cultural and linguistic challenges of video games translation with some examples from Grey’s Anatomy by Ubisoft*. Esse trabalho reforça a ideia de que os desafios culturais são inerentes aos jogos porque eles mesmo são produtos que refletem nossas culturas existentes, por mais que jogos muitas vezes possam apresentar mundos fantásticos que, à primeira vista, pouco têm em comum com o mundo real (Nawrocka, 2016). Segundo a autora,

Nenhum destes mundos é composto por um cenário culturalmente neutro: o design gráfico do espaço, especialmente da arquitetura; o design dos personagens (tanto dos personagens do jogador quanto dos não-jogáveis), como raça, penteado, olhos, roupas; objetos que vão desde armas e armaduras até flores, velas ou até alimentos; as regras sociais da sociedade simulada refletidas nas reações dos personagens não jogáveis às atividades dos jogadores; nomes de objetos e, o mais importante, o idioma do jogo usado pelos personagens não jogáveis, o idioma dos diálogos, o idioma sugerido ao personagem do jogador etc. A música e a interface gráfica do usuário da mesma forma não precisam ser culturalmente neutras⁵⁷ (Nawrocka, 2016, p. 267, tradução nossa).

Essa reflexão nos mostra, mais uma vez, que, por mais que a indústria possa, em muitos momentos, instituir práticas de internacionalização para a produção de produtos culturalmente “neutros” e de fácil adaptação cultural, a neutralidade é, na realidade, inalcançável, embora

⁵⁷ Original em inglês: “None of these worlds is a culturally neutral setting: the graphical design of space, especially architecture; the design of characters (both the player and the non-player characters) such as race, hairstyle, eyes, clothing; objects ranging from weapons and armor to flowers, candles or even food; the social rules of the simulated society reflected in non-player characters’ reactions to player activities; names of objects, and, most importantly, the language in the game used by the non-player characters, the language of dialogs, the language suggested to the player character etc. Music and the graphical user interface similarly do not have to be culturally neutral”.

Pym (2004 *apud* Sajna, 2018) possa já ter exposto sua preocupação com a possível “morte da diversidade” como decorrência de iniciativas de internacionalização.

Mais importante ainda — e este é, a nosso ver, o ponto central deste artigo — é reconhecer que os jogos são, por si só, produtos capazes de, além de refletir culturas existentes, construir as fundações para o estabelecimento de novas culturas (Johnson, 2009 *apud* Nawrocka, 2016). Para Nawrocka (2016, p. 269, tradução nossa),

A primeira e mais proeminente cultura é a dos jogadores enquanto *gamers*, que frequentemente jogam uma variedade de jogos ou apenas os seus gêneros favoritos, leem e escrevem críticas, conduzem discussões em fóruns e ainda usam e desenvolvem o jargão próprio do *gamer*. Essa cultura pode ser dividida em grupos de fãs de gêneros específicos e grupos de fãs de jogos específicos, cujas atividades são visíveis em fóruns oficiais e não oficiais da internet. Essas culturas, ou como são mais frequentemente chamadas, comunidades de jogadores, são muito importantes para a indústria dos jogos. Elas também representam o público-alvo mais ativo, exigente e influente quando se trata do sucesso ou fracasso de um determinado jogo⁵⁸.

Reconhecer o potencial formador de culturas dos próprios jogos é, a nosso ver, fundamental, pois é um fato que ressalta a importância de se pensar na responsabilidade ética e social do tradutor. Referências e ideias potencialmente prejudiciais e excludentes, caso sejam incorporadas ao jogo localizado, passam a circular com um alcance muito maior por essas, tão bem articuladas, comunidades de jogadores, e isso adquire ainda mais importância quando consideramos a significativa área de influência dessa indústria e a constante tendência de crescimento de mercados e do número de usuários em todo o mundo.

4.2.19 – *La transcreación en la localización de videojuegos: la traducción del humor en Undertale y Deltarune*

Encerramos a análise qualitativa do *corpus* com um trabalho publicado em 2020, de autoria de Gil-Berrozpe, que explora novamente a questão da transcrição. Trata-se de um capítulo do livro *Nuevas tendencias en traducción e interpretación: Enseñar, aprender e investigar en la revolución digital* com o título de *La transcreación en la localización de videojuegos: la traducción del humor en Undertale y Deltarune*.

⁵⁸ Original em inglês: “The first and most prominent culture is the culture of gamers as such, who frequently play a variety of games or only favorite genres, read and write game reviews, conduct discussions on forums, use and develop the gamers’ jargon. This culture can be divided into fan groups of particular genres and fan groups of particular games whose activities are visible in official and unofficial internet forums. These cultures, or as they are more frequently called, gamers communities, are very important for the video games industry. They are also the most active, demanding and influential target audience when it comes to a particular game’s success or failure”.

Nesse trabalho, Gil-Berrozpe (2020) analisa estratégias de tradução utilizadas para a solução de problemas tradutórios que surgem na representação do humor nos jogos *Undertale* e *Deltarune*. No contexto da localização, o autor concebe a transcrição como um espírito de tradução criativa que deve ter precedência sobre qualquer estratégia de tradução aplicada. De maneira muito eficaz, Gil-Berrozpe (2020, p. 166, tradução nossa) resume o conceito de transcrição como

uma filosofia de tradução criativa que visa aproveitar a liberdade que os localizadores de jogos têm para adaptar o conteúdo de um jogo a uma cultura diferente da melhor maneira possível. Isso é feito através da adição, remoção ou modificação de qualquer elemento original, de acordo com o que os tradutores julgarem apropriado, de forma a enriquecer a experiência de jogo do público-alvo. Embora seja verdade que a aplicação da filosofia transcriadora tem certos limites, é inegável que dela decorrem as melhores estratégias e as soluções mais naturais quando se trata de localizar textos cheios de engenhosidade e originalidade, humor e jogos de palavras, assim como de estilos discursivos criativos com referências culturais ou intertextuais abundantes. Sem dúvida, os desenvolvedores e *publishers* mais importantes apostam cada vez mais em localizações criativas adaptadas às culturas-alvo, pois isso garante a satisfação e a fidelidade do consumidor a uma marca específica. Portanto, embora, à princípio, os serviços de tradução contratados sejam mais elaborados e caros, no final são mais rentáveis para as empresas de jogos pelo lucro que geram a longo prazo⁵⁹.

Dessa forma, confirmamos que a transcrição é uma ferramenta intimamente relacionada com a adaptação cultural, especialmente em jogos que apresentem textos complexos contendo humor e referências culturais e intertextuais. Por isso, apesar de não ter sido uma das palavras-chave iniciais utilizadas para a pesquisa na base de dados do Google Scholar que levou à construção do *corpus*, “transcrição” foi um dos termos mais expressivos identificados na etapa de análise bibliométrica. Embora seja um conceito utilizado também na tradução publicitária e na tradução de poesias (Zorrakin-Goikoetxea, 2022a), a transcrição tornou-se um dos termos centrais da localização de jogos, tanto do ponto de vista dos estudos acadêmicos quanto das práticas da indústria, já que cada vez mais agências e empresas de

⁵⁹ Original em espanhol: “La transcreación es una filosofía de traducción creativa que pretende aprovechar la libertad que tienen los localizadores de videojuegos para adaptar de la mejor forma posible los contenidos de un juego a una cultura distinta. Esto se consigue mediante la adición, la eliminación o la modificación de cualquier elemento original que se considere oportuno con el fin de enriquecer la experiencia de juego del público meta. Si bien es cierto que la aplicación de la filosofía transcreativa tiene ciertos límites, es innegable que de ella parten las mejores estrategias y las soluciones más naturales de cara a la localización de textos repletos de ingenio y originalidad, de humor y juegos de palabras, de estilos discursivos creativos y de abundantes referencias culturales o intertextuales [...]. Sin duda alguna, los desarrolladores y las editoras de videojuegos más importantes están apostando cada vez más por localizaciones creativas y adaptadas a las culturas meta, pues esto garantiza la satisfacción de los consumidores y la lealtad hacia una marca concreta. Por lo tanto, aunque supone que de inicio los servicios de traducción contratados sean más elaborados y costosos, en el fondo les resulta más rentable a las empresas de videojuegos por la rentabilidad que obtienen a largo plazo”.

localização têm buscado por tradutores que demonstrem amplo domínio de estilos transcriativos em seu trabalho (Gil-Berrozpe, 2020).

4.3 – Conclusões gerais da análise qualitativa do *corpus*

Durante essa etapa de análise qualitativa dos 48 trabalhos que compõem nosso *corpus* de pesquisa, foi possível observar o estado da questão sobre a localização de jogos no âmbito dos Estudos da Tradução. Ao longo da análise, que priorizou o tratamento das questões culturais e demais aspectos relacionados, tecemos uma série de comentários em relação às características e tendências observáveis nesse subcampo disciplinar. A seguir, expomos algumas constatações principais decorrentes da análise do *corpus*.

Em primeiro lugar, é notável a prevalência de alguns conceitos principais que tratam sobre questões culturais da localização de jogos: adaptação cultural, culturalização e, em menor grau, localização cultural. Os termos são comumente utilizados como sinônimos e, dependendo do autor, um ou outro aspecto do processo é destacado. Edwards (2011), por exemplo, concebe a culturalização como um passo além da localização. No entanto, em alguns trabalhos de outros autores, a ideia de culturalização está subentendida no próprio conceito de localização. Certos trabalhos chegam a falar em “localização aprimorada” ou “localização profunda”, que se diferem de uma localização “comum”, refletindo o uso dos termos na indústria (Bernal-Merino, 2011). Entretanto, todos os autores compreendem o processo de localização de jogos através de uma abordagem funcionalista, com uma tradução centrada no usuário e na reprodução da experiência e da diversão do jogo original.

Atesta-se, portanto, considerando as limitações do *corpus*, uma falta de consistência e clareza na utilização dos conceitos. Essa tendência tem se mantido durante todo o período de 16 anos representado no *corpus*. Porém, notamos uma preferência pelo uso dos termos “culturalização” e “adaptação cultural”, enquanto o termo “localização cultural” parece ter sido abandonado pela maioria dos autores. Não é possível visualizar mudanças muito significativas na abordagem de questões culturais ao longo dos 16 anos, mas autores como Mangiron (2018) têm ressaltado a necessidade de mais estudos transculturais de recepção, reiterando que, apesar das dificuldades inerentes a esse tipo de estudos, é fundamental conhecer mais sobre a experiência e expectativas de jogadores em diferentes localidades.

Salientamos que, dentre o montante de 48 publicações que compõem o *corpus*, 19 foram priorizadas e analisadas diretamente nesta seção. Para fins de objetividade, 27 delas não foram mencionadas nesta análise, seja porque não acrescentavam novas discussões ou conceitos

particularmente relevantes, limitando-se a referenciar autores já citados anteriormente, ou porque abordavam as questões culturais de forma trivial, utilizando termos genéricos sem qualquer aprofundamento. Os outros dois itens restantes, que incluem os trabalhos de Esqueda (2020) e Granell (2011), dedicam-se, por outro lado, ao tópico da formação de tradutores para a localização de jogos. No caso de Granell (2011), aborda questões curriculares, enquanto, no caso de Esqueda (2020), explora o uso de abordagens colaborativas de ensino em sala de aula, visando promover o trabalho em equipe entre estudantes para a construção do conhecimento.

Dentre os pesquisadores presentes no *corpus*, Mangiron destaca-se como a autora mais influente; suas obras constam nas reflexões sobre a localização de jogos e nas referências de 37 dos 48 trabalhos do *corpus*. Ela, juntamente a Minako O'Hagan, são as pesquisadoras referenciadas nas publicações como as maiores responsáveis pela prevalência do conceito de transcrição — e toda a reflexão sobre a liberdade do tradutor — nos estudos sobre localização de jogos.

Ainda sobre o conceito de transcrição, que se destacou nas etapas de análise quantitativa e qualitativa, nota-se que nenhum dos autores abordou as origens do termo. Quando falamos sobre seu emprego fora dos estudos sobre tradução e localização de jogos, apenas Zorrakin-Goikoetxea (2022a) menciona brevemente o uso do termo na tradução publicitária e na tradução de poesias. Não há, porém, qualquer menção a Haroldo de Campos, poeta, ensaísta e tradutor creditado pela criação do neologismo já em 1962, em seu ensaio *Da tradução como criação crítica* (Queiroz, 2011). Campos, um teórico da poesia e da tradução poética, entendia a transcrição como “a operação que traduz, no poema de chegada, a coreografia da “função poética” jakobsoniana surpreendida e desocultada no poema de partida” (Campos, 2011, p. 62). O autor associava o termo à tradução criativa e, em essência, entendia que,

Na “transcrição”, ao invés de uma fidelidade pobre e equivocada e um mero conteúdo ou significado de superfície, busca-se uma “hiperfidelidade”, que aspira a dar conta não apenas desse conteúdo de comunicação (que lhe serve de bastidor ou pano de fundo), mas ainda da própria semantização das categorias sintáticas e morfológicas, da semantização de que também se imanta o nível fônico de um poema, como Jakobson costumava enfatizar, referindo-se à tradução de poesia, que ele só julgava possível em termos de *creative transposition* (Campos, 2011, p. 138).

Não é nosso objetivo buscar as origens da palavra transcrição neste trabalho, mas entendemos que, embora tenha sido utilizado primeiro por Haroldo de Campos, pelo menos no Brasil, o conceito de transcrição para ele está muito mais relacionado ao abandono do texto de partida na poesia, enfatizando questões linguísticas, fonéticas e semânticas muito próprias dessa modalidade de tradução. O problema da tradução e localização de jogos é, por outro lado, o

público, de forma que a transcrição adquira uma perspectiva muito mais funcionalista, de prezar pelo engajamento e satisfação do usuário através da substituição de referências culturais não apropriadas. Portanto, a ligação entre o conceito de transcrição de Campos e o usualmente utilizado por teóricos da tradução e localização de jogos parece frágil.

A análise corroborou, também, a hipótese de que as preocupações culturais na localização de jogos têm sido amplamente submetidas às necessidades e práticas da indústria, que almejam sempre o aumento da satisfação de usuários e dos lucros. Percebemos, inclusive, que a grande maioria dos trabalhos não se volta para a dimensão humana do trabalho do tradutor nem ao menos para a cultura propriamente dita, a ponto de apenas três publicações entre as 48 oferecerem uma definição para o conceito de cultura (ver Sajna, 2018; Edwards, 2011; Galhardi, 2014).

Essa constatação suscita a discussão sobre a possibilidade do uso de uma abordagem diferente para o tratamento das questões culturais por tradutores envolvidos com a localização de jogos. No próximo capítulo, desenvolveremos, partindo de exemplos retirados de jogos localizados, essa ideia, promovendo uma reflexão sobre o quanto uma perspectiva puramente funcionalista e mercadológica pode, em determinados momentos, ser prejudicial tanto para a cultura de chegada quanto para os jogadores.

CAPÍTULO 5 – DISCUSSÃO

No capítulo anterior, visualizamos o estado da questão na pesquisa sobre localização de jogos no âmbito dos Estudos da Tradução. O viés mercadológico desses trabalhos foi extensamente constatado no *corpus*, e a grande maioria dos autores trata as questões culturais de maneira a reduzi-las à preocupação com possíveis conflitos culturais, os quais devem ser evitados para não afetar a imersão do jogador, prezando sempre pelo aumento da satisfação, vendas e lucros. Há, também, uma preocupação com a inserção de referências culturais que façam o jogador-alvo sentir que o jogo localizado foi desenvolvido originalmente para ele. Contraditoriamente, também se constatou que os estudos empíricos com jogadores-alvo são, ainda, escassos, e não se pode afirmar categoricamente quais são as expectativas do usuário final.

Além disso, parece-nos evidente o quanto abordagens funcionalistas têm guiado, de maneira preocupantemente pragmática, o desenvolvimento dos estudos acadêmicos nesse subcampo. No caso da localização de jogos, a tradução deve cumprir com a função de entreter o jogador-alvo. No entanto, tal pragmatismo pode ser problemático, já que, na busca por encontrar intenções e propósitos claros, o funcionalismo pode cair em uma simplificação excessiva (Colina; Venuti, 2017). Essa preocupação é especialmente relevante quando lembramos que, para cumprir a função de entreter, autores defendem que os tradutores devem buscar reproduzir a mesma “estética” e “sensação” do jogo original (Bernal-Merino, 2009; Mangiron; O’Hagan, 2006), parâmetros que, a nosso ver, são fundamentalmente subjetivos e de difícil definição. Na verdade,

Estudos que se apoiam em tipos de texto que privilegiam uma abordagem funcionalista podem ignorar ou excluir dados que também podem ser pertinentes, mas que só podem ser compreendidos com base em diferentes pressupostos teóricos, como aqueles que colocam em primeiro plano questões sociais e políticas⁶⁰ (Colina; Venuti, 2017, p. 209, tradução nossa).

Nord (2007 *apud* Stervid, 2019) afirma, ao tratar sobre a formação de tradutores sob um paradigma funcionalista, que os tradutores profissionais devem ser treinados para produzir traduções funcionais, de forma que as necessidades do cliente sejam satisfeitas. No caso da tradução desempenhada no processo de localização de jogos, o cliente é representado pelas

⁶⁰ Original em inglês: “The studies cited by Colina, relying on text types that lend themselves to a functionalist account, can overlook or exclude data that may also be pertinent but that become intelligible only on the basis of different theoretical assumptions, such as those that foreground social and political issues”.

próprias empresas que solicitam a localização de seus jogos. Entretanto, como poderemos observar em dois dos exemplos de localizações de jogos para o PT-BR que se seguem neste capítulo, uma tradução considerada funcional, de acordo com o comumente defendido no subcampo da tradução e localização de jogos, nem sempre é apropriada do ponto de vista social.

Dito isso, e buscando aprofundar e fundamentar as discussões sobre a maneira como os tradutores na localização de jogos podem melhor abordar as questões culturais, selecionamos exemplos que retratam ocorrências de adaptação cultural nas obras *Yakuza: Like a Dragon*, *Cuphead* e *Baldur's Gate 3*, a partir dos quais buscamos desvelar as possíveis consequências de escolhas tradutórias, assim como as possibilidades que podem ter sido bem exploradas ou não. O título *Yakuza: Like a Dragon*, do gênero *Role-Playing Game* (ou RPG), destaca-se por explorar uma história complexa, com uma carga textual extensa, abordando um contexto urbano e contemporâneo japonês. O *Cuphead*, em contrapartida, é um título *indie* do gênero plataforma que recebeu ótimas críticas, tanto por sua originalidade, sua arte e música inspiradas nos antigos desenhos da década de 30, quanto pela sua dificuldade (White, 2017). Já o *Baldur's Gate 3* é o terceiro título dessa famosa série de jogos de RPG que retrata o cenário de *Forgotten Realms*, o mais importante de *Dungeons & Dragons*.

A série *Yakuza* é uma famosa saga dos jogos digitais desenvolvida pela SEGA. Originalmente chamada de *Ryū ga Gotoku* (龍が如く) ou “Como um Dragão” no português, teve seu nome como um dos primeiros itens a serem adaptados para os mercados além do Japão (Mangiron, 2021). Segundo Remesal e López (2015 *apud* Mangiron, 2021), o nome *Yakuza* foi provavelmente selecionado para identificar o jogo no mercado como sendo propriamente japonês, utilizando sua alteridade, ou esse próprio distanciamento do ocidente, como uma forma de atrair jogadores ocidentais.

Com seu primeiro título sendo lançado em 2005 no Japão, a série já conta com oito jogos da linha principal, que vão do número 0 ao 7, além de já ter recebido uma série de *spin-offs*. Os jogos são ambientados em uma Tóquio fictícia que foi inspirada, principalmente, em um distrito de entretenimento que existe na Tóquio real com o nome de *Kabukichō*. Nos jogos de número 0 ao 6, acompanhamos a história de Kazuma Kiryu, um ex-membro da *Yakuza*, a máfia japonesa (Fabbretti, 2022). Nesses títulos, os jogos estão enquadrados no gênero conhecido como *beat 'em ups*, ou briga de rua no Brasil, onde o jogador precisa enfrentar ondas de inimigos em diferentes cenários através da luta corpo a corpo. No entanto, o último jogo da série, o próprio *Yakuza: Like a Dragon* aqui analisado, quebrou com essa fórmula adentrando o gênero dos RPGs e introduzindo um novo protagonista para a série, o Ichiban Kasuga. Ele

foi, até o momento, o jogo mais bem-sucedido da franquia, não só do que diz respeito às críticas e vendas, mas por receber uma indicação de prêmio no *The Game Awards* (Etra, 2021).

Figura 12: *Yakuza: Like a Dragon*



Fonte: <https://likeadragon.sega.com/home.html>

Os jogos do gênero RPG tradicionalmente contêm uma densidade textual muito superior aos demais, pois exploram histórias complexas em mundos extensos e abordam o desenvolvimento de personagens com inúmeros diálogos. Nesse sentido, a tradução de jogos do gênero se aproxima consideravelmente da tradução literária, fornecendo uma ótima oportunidade para tradutores interessados na área da localização de jogos.

Apesar de o jogo ter essa premissa de trazer uma representação da cultura japonesa para o público ocidental, sua localização, tanto para o PT-BR quanto para o EN-US, realiza uma série de adaptações linguísticas, recorrendo muito ao uso de gírias, referências atuais e à linguagem coloquial para inserir o jogador nesse universo urbano contemporâneo. No entanto, buscamos aqui, nesse processo de análise, encontrar referências culturais na tradução, partindo, não de um ponto meramente linguístico, mas de uma noção de cultura que considera as experiências vividas e compartilhadas por um povo. Nesse contexto, o tradutor age como um guardião de uma cultura e, por isso, deve estar inserido nessa realidade para a qual ele pretende traduzir.

O exemplo selecionado no *Yakuza: Like a Dragon* foi retirado do capítulo 1 do jogo. Na imagem da Figura 13, a seguir, podemos observar um diálogo entre o protagonista, Ichiban Kasuga, e uma personagem dona de uma loja de cigarros no distrito fictício de Kamurochō.

Figura 13: Exemplo de *Yakuza: Like a Dragon* em português brasileiro



Fonte: *Yakuza: Like a Dragon* (2020)

Durante o diálogo, a personagem faz uma crítica a Arakawa e sua família, ou clã, dentro da *Yakuza*, ao que Ichiban responde com a fala destacada na imagem.

O uso da expressão “velha coroca” nos interessa. Ela, a princípio, causa estranhamento, já que não é usualmente utilizada por jovens e tem seu emprego, no Brasil, mais restrito às gerações anteriores e às décadas passadas. Ichiban, no primeiro capítulo do jogo, tem apenas 23 anos. Além disso, lembramos que o público consumidor do título também é composto, majoritariamente, de adultos e jovens adultos. Dessa forma, somos levados a refletir a respeito dos possíveis motivos que levaram o tradutor a essa escolha tradutória em específico.

A expressão “velha coroca”, apesar de pejorativa, tornou-se comum no imaginário das gerações brasileiras, que cresceram na década de 80 e 90, graças a uma referência cultural compartilhada: os bordões e frases famosas do programa *Chaves*, que foi televisionado na TV aberta a partir de 1984, gozando de considerável sucesso de audiências. O programa retrata, de forma caricata, o cotidiano da população mexicana e latino-americana. Entre seus personagens, Seu Madruga, Chaves e Chiquinha se referem à Dona Florinda, na dublagem brasileira, pelo apelido de “velha coroca”. A expressão é repetida inúmeras vezes, em vários episódios, a ponto de se tornar uma referência para essas gerações. Esse pode ser um dos motivos pela escolha

dessa expressão na tradução, já que os *gamers* de hoje são exatamente as pessoas que consumiram esse e outros programas dublados populares da televisão aberta.

A tradução para a dublagem, nesse sentido, é afetada pela cultura, mas, em contrapartida, também tem uma influência cultural relevante sobre as gerações que cresceram ouvindo essas referências, já que lida com um dos atributos culturais mais importantes: a linguagem. A linguagem é um atributo cultural capaz de moldar os pensamentos e percepções de uma sociedade, já que as pessoas a utilizam na expressão dos sentimentos, das ideias, conceitos, artes e pensamentos (Pyae, 2018).

Dito isso, e lembrando sobre a responsabilidade do tradutor na manutenção de um estado injusto das coisas, devemos considerar as consequências de cada escolha tradutória, especialmente quando o texto se dirige a um grupo vulnerável dentro de nossas sociedades, como é o caso dos idosos.

A palavra “coroca” representa uma forma depreciativa de se referir a idosos, inferindo que a pessoa é caduca, decrépita ou feia, normalmente se referindo a mulheres de idade avançada (Coroca, 2023). Seu uso na tradução pode, portanto, contribuir para a disseminação de ideias etaristas. O etarismo acontece quando manifestamos, por motivos de idade, pensamentos estereotipados, ideias preconceituosas e ações discriminatórias em direção a um indivíduo ou grupo de pessoas. Essas três esferas — as dos estereótipos, do preconceito e da discriminação — se reforçam mutuamente (World Health Organization, 2021). O que faz com que ideias etaristas sejam ainda mais perigosas é o fato de que, “basicamente, não há sanções sociais contra pessoas que expressam preconceitos ou estereótipos negativos contra pessoas idosas. Na verdade, é geralmente aceito que alguém expresse uma certa forma de negatividade contra pessoas idosas”⁶¹ (Levy; Banaji, 2002 *apud* Iversen; Larsen; Solem, 2009, p. 8, tradução nossa).

Como os estudos abordados no *corpus* defendem, um dos maiores objetivos da culturalização na localização de jogos deve ser o de evitar ofender as sensibilidades culturais do jogador-alvo. Assim como no contexto cultural japonês, que comumente atrela esse comportamento desrespeitoso com idosos a um perfil de personagens “rebeldes”, a manutenção dessa referência não parece causar problemas de aceitação aqui, visto que o jogo é direcionado, em maior grau, para o público jovem. É interessante notar, inclusive, que, segundo Edwards (2011, p. 22, tradução nossa),

⁶¹ Original em inglês: “Basically, there are no social sanctions against people who express negative prejudices or stereotypes against elderly people. Actually it is generally accepted that one expresses a certain form of negativity against elderly people”.

a maioria dos jogadores experientes em qualquer localidade entende a diferença entre o contexto do jogo e suas próprias origens culturais. Como jogam regularmente e provavelmente já jogaram muitos tipos diferentes de jogos, é menos provável que reajam negativamente a um conteúdo que normalmente não corresponde às suas expectativas. Para a maioria dos jogadores, a preocupação geralmente se concentra em se a experiência de jogo é divertida ou não — e menos se o conteúdo os ofende⁶².

Na verdade, a repercussão cultural negativa normalmente surge não dos jogadores, mas do público que circunda os jogadores, pessoas que não jogam, não compreendem a relação de conteúdo-contexto dessas produções e que já nutrem opiniões negativas em relação aos jogos. O jogador local pode, muitas vezes, ignorar conteúdos ofensivos, e a repercussão negativa pode, surpreendentemente, atrair a atenção de jogadores para títulos potencialmente “controversos” (Edwards, 2011). Se a adição de referências problemáticas pode aumentar as vendas e gerar publicidade em certos casos, então esse é mais um motivo para que a lógica do lucro não sobressaia sobre o papel ético e social do tradutor. Pois, embora questões problemáticas, como a da “velha coroca”, possam não causar qualquer tipo de quebra de imersão ou repúdio nos jogadores-alvo, ideias discriminatórias acabam sendo disseminadas e internalizadas, mesmo que de maneira inconsciente, pelo usuário.

Defendemos, portanto, que o tradutor deve estar atento para as consequências de suas escolhas, direcionando especial cuidado para as referências culturais que mobiliza, de forma a não incentivar preconceitos. Ichiban Kasuga é, no *Yakuza: Like a Dragon*, um personagem cativante. É representado como um homem ingênuo, com uma personalidade leal e altruísta. Sua visão idealizada de justiça o motiva na busca incansável por influenciar o mundo de maneira positiva. Considerando que falamos de um personagem com essas características, o tradutor pode, e deve tomar consciência de sua agência enquanto autor de um texto, de um produto cultural, evitando perpetuar preconceitos em sua prática profissional. No inglês, o tradutor utiliza, no lugar de “velha coroca”, a expressão *old bat*, que também é uma forma pejorativa de se referir a uma mulher idosa. No original em japonês, o autor emprega a expressão *babaa*, ou ババア em *katakana*, que pode se referir tanto a uma idosa, de forma ofensiva, quanto a uma bruxa. O tradutor, que parte ou do inglês ou do próprio original em japonês, não precisa necessariamente seguir esse mesmo caminho. No caso em questão, o uso

⁶² Original em inglês: “[...] most experienced gamers in any locale understand the difference between the game’s context and their own cultural origins. Because they play regularly and they have likely played a lot of different types of games, they are less likely to react negatively to a piece of content that might normally not fit with their expectations. For most gamers, the concern is usually focused on whether or not the gaming experience is fun — and less about if the content is potentially offending them”.

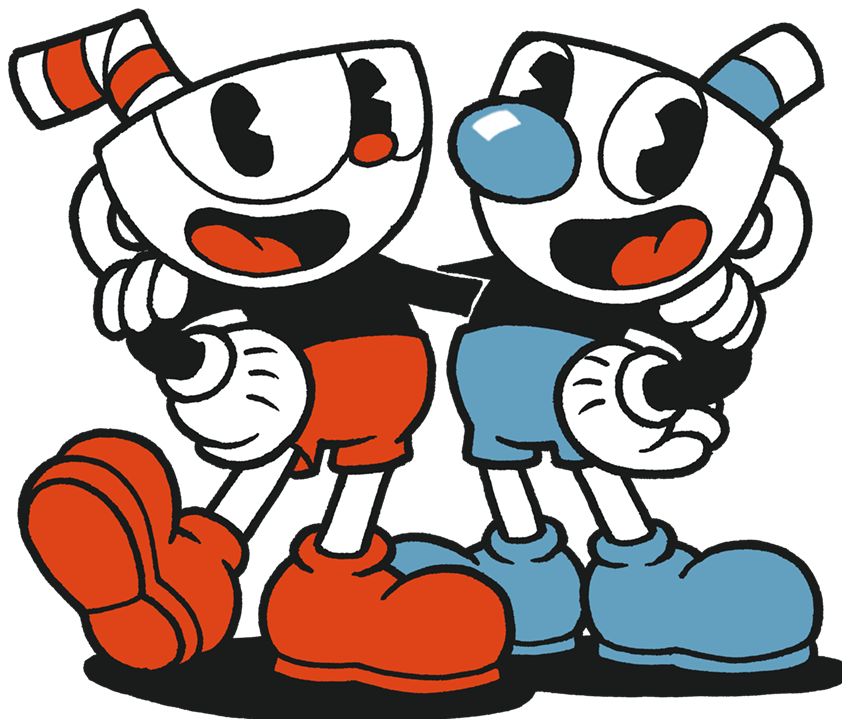
da expressão pejorativa não serve a um propósito específico no enredo do jogo. É, como mencionado anteriormente, apenas uma forma comum em mídias japonesas de representar personagens jovens e rebeldes na maneira desrespeitosa como supostamente tratam pessoas idosas. Especialmente no caso de Ichiban Kasuga, um personagem principal retratado sempre como um homem bondoso e preocupado com o próximo, essa característica rebelde poderia ser retratada de outras formas que não atacassem características intrínsecas de outras pessoas já comumente utilizadas como motivo de segregação — uma forma de etarismo, neste caso.

Após o exemplo de *Yakuza: Like a Dragon*, voltamos nosso olhar para o título *Cuphead*, um jogo independente, ou *indie*, criado pelos irmãos Chad e Jared Moldenhauer. A obra foi lançada pela Studio MDHR em 29 de setembro de 2017 para Microsoft Windows e Xbox One, sendo, posteriormente, lançada, também, no Nintendo Switch, em 2019, e no Playstation 4, em 2020. O jogo já é considerado um clássico pela crítica especializada, uma obra-prima cuja experiência cativou os jogadores através de uma estética única e de uma jogabilidade desafiadora, que demanda habilidade, estratégia e reflexos rápidos no enfrentamento de uma série de inimigos no estilo dos jogos *Run 'n' Gun* (Ore, 2017). Toda a arte do jogo é inspirada nos icônicos *cartoons* da era de ouro da animação, produzidos, a partir da década de 1930, por diretores como Walt Disney, Max Fleischer, Ub Iwerks e Otto Messmer, e os personagens e cenários tiveram que ser meticulosamente desenhados à mão através da técnica *Cell Animation* (Américo Neto; Américo, 2020). Ressaltamos, ainda, a importância da música nesse jogo, pois trata-se de uma trilha sonora

[...] desenvolvida e gravada com base nas músicas temáticas dos desenhos animados daquele período (jazz clássico) e durante a *gameplay* é perceptível o quanto ela faz diferença, pois serve como instrumento de imersão, fazendo com que o jogador se sintam ainda mais engajado ao fruir da música de fundo, do som dos inimigos e dos tiros como elementos imersivos (Américo Neto; Américo, p. 303).

No Brasil, o jogo, que recebeu uma localização completa em PT-BR, teve uma recepção muito positiva pela comunidade *gamer*, que elogiou, sobretudo, as traduções ousadas e criativas (ver Controle Dois, 2019). Até mesmo os personagens protagonistas, os irmãos *Cuphead* e *Mugman*, no original, tiveram seus nomes traduzidos para Xicrinho e Caneco (Figura 14), uma escolha tradutória que foi muito bem recebida pelos jogadores nas redes sociais.

Figura 14: Os protagonistas de *Cuphead* – Xicrinho e Caneco



Fonte: <https://www.cupheadgame.com/>

No esforço de ressaltar questões culturais evidenciadas na tradução de *Cuphead*, selecionamos o exemplo observado na Figura 15.

Figura 15: Exemplo de *Cuphead*



Fonte: *Cuphead* (2017)

O jogo é dividido em fases, ou níveis. Algumas delas são reservadas ao enfrentamento dos “chefes”, personagens importantes que os protagonistas precisam enfrentar. A imagem demonstra justamente a tela de seleção da fase, em que o jogador precisa selecionar uma dificuldade e confirmar o início do combate. No jogo em inglês, a tela apresenta Hilda Berg, a chefe dessa fase, estrelando em “Threatenin’ Zeppelin”, que é o nome da fase, mas apresentando de forma a aludir a um episódio de um desenho animado.

A personagem Hilda Berg é uma mistura entre uma mulher e um dirigível. Seu nome, na verdade, é uma referência a um evento trágico que marcou tanto a Europa quanto os Estados Unidos. Trata-se do desastre de Hindenburg, um acidente ocorrido em 6 de maio de 1937, dia em que o dirigível alemão LZ 129 Hindenburg, que levava passageiros de Frankfurt, na Alemanha, para Lakehurst, nos Estados Unidos da América, pegou fogo. Durante uma tentativa de pouso no aeroporto naval de Lakehurst, o gás de hidrogênio, que mantinha o zepelim no ar, entrou em combustão, e o incêndio consumiu a aeronave quase que instantaneamente. Após o ocorrido, que foi amplamente noticiado nos meios de comunicação, a população perdeu a confiança nesse tipo de aeronave, o que levou ao fim repentino da era dos dirigíveis (Staveley-Wadham, 2023).

A referência a Hinderburg, por ser tão antiga e distante do Brasil, provavelmente passaria despercebida pelo público brasileiro. Talvez por essa razão, o tradutor tenha seguido um caminho diferente do que foi feito em outras localizações. A Figura 16, a seguir, exibe a mesma tela de que falamos anteriormente, mas na localização PT-BR:

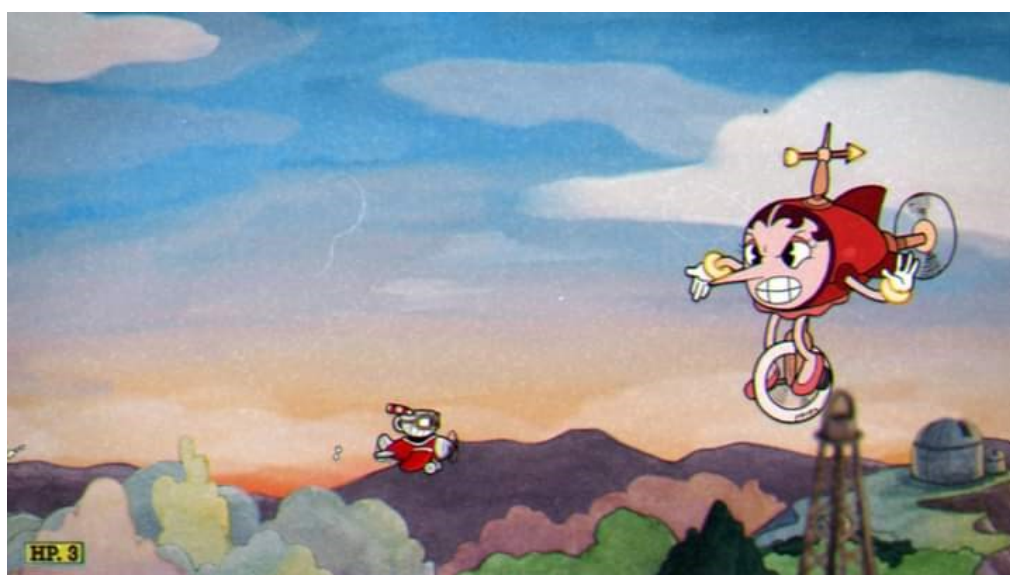
Figura 16: Exemplo de *Cuphead* em português brasileiro



Fonte: *Cuphead* (2017)

Percebe-se, evidentemente, que o tradutor buscou trazer em seu trabalho uma referência cultural da música brasileira para essa fase do jogo. A chefe da fase foi chamada de Geni Buarque. A fase em si recebeu o nome de “Geni é o Zepelim”. Trata-se de uma referência direta à famosa música “Geni e o Zepelim”, composta e interpretada por Chico Buarque. O nome da chefe consiste, portanto, de uma referência à música e uma homenagem ao próprio cantor. Já o nome da fase indica que, nesse caso, e diferentemente da música, Geni é o próprio zepelim, como observado na Figura 17.

Figura 17: Geni Buarque, o zepelim



Fonte: *Cuphead* (2017)

A letra da música de Chico Buarque conta a história de Geni, uma mulher desprezada e marginalizada pela sociedade. Ela é retratada como uma prostituta que é agredida, em todos os sentidos, pelos moradores locais. Porém, quando a cidade é atacada por um zepelim, Geni passa a ter o poder de salvar a todos, já que o capitão do zepelim havia se encantado com ela. Os habitantes então rogam a ela para que se deite com o capitão, o que ela faz a contragosto. Assim, o capitão desiste de atacar a cidade e vai embora, mas mesmo tendo livrado a cidade, Geni volta a ser hostilizada pelos moradores. A mensagem aqui é uma denúncia ao moralismo e às injustiças sociais. Chico Buarque evidencia, ainda, a hipocrisia da sociedade e de suas convicções morais. Essa é uma das muitas interpretações possíveis para essa que se tornou uma das músicas mais famosas da MPB.

Quando o tradutor escolhe trazer essa referência cultural tão marcante para o jogo, ele não só prestigia a própria história da música brasileira e valoriza essa cultura que é vivida e

compartilhada por um povo, mas ele faz com que os jogadores se sintam contemplados e valorizados no jogo de uma forma que não aconteceria se a tradução estivesse fundamentalmente preocupada com a conservação da mesma estética e sensação do jogo original. As localizações para o espanhol e para o francês, por exemplo, tentaram seguir esse princípio, embora, no espanhol, através de uma tradução mais literal e, no francês, através de uma abordagem transcriadora, conforme observamos nas Figuras 18 e 19:

Figura 18: Exemplo de *Cuphead* em espanhol



Fonte: *Cuphead* (2017)

Figura 19: Exemplo de *Cuphead* em francês



Fonte: *Cuphead* (2017)

Importantes autores defendem justamente isso, que o objetivo maior da localização seja o de preservar a experiência, com especial cuidado na manutenção da “estética e sensação” originais, ou *the same look and feel* (Bernal-Merino, 2009; Mangiron; O’Hagan, 2006). Consideramos, no entanto, que o tradutor, enquanto guardião da cultura no processo da localização de jogos, deve ter consciência da sua agência, entendendo que o ato de traduzir é, sobretudo, um ato de criação, e não de uma simples transferência linguística preocupada com uma impraticável fidelidade à experiência do jogo original (Ferreira; Esqueda, 2021). Se a literatura desse subcampo preza pela manutenção da mesma experiência do original, ela na verdade tem contribuído para desapropriar o tradutor de suas faculdades. Na verdade, o tradutor que entende o seu papel de guardião da cultura, que está ciente que seu trabalho pode, mesmo que sem intenção, funcionar como um meio de transmissão de mecanismos de dominação ou de disseminação de preconceitos e imagens distorcidas do Outro, pode escolher agir de forma a combater o estado injusto das coisas (Franco Aixelá; Vargas Gómez, 2012). Quando falamos em um estado injusto das coisas, referimo-nos, de maneira ampla, a todo tipo de representação, pensamento ou ideal que promova e perpetue, em última análise, a exclusão do Outro de uma participação social plena, desrespeitando a diversidade que é inerente à nossa condição humana.

A localização PT-BR de *Cuphead* foi tão elogiada pela comunidade justamente porque o tradutor mobilizou sua criatividade e suas noções de cultura para enriquecer a experiência, e o feedback on-line de influenciadores e jogadores nas redes sociais apenas contribui ainda mais para a divulgação e o sucesso do jogo, como podemos observar em um vídeo compartilhado pelo canal Controle Dois, no qual o famoso influenciador, o BRKsEdu, joga o título em português para avaliar a tradução (Controle Dois, 2019). Os usuários teceram uma série de comentários elogiosos à tradução, demonstrando que os tradutores envolvidos souberam fazer com que os jogadores estabelecessem uma relação de maior familiaridade com o jogo. Isso tende a refletir no aumento das vendas e lucros. No entanto, conforme poderemos observar no exemplo seguinte, essa não pode ser a única preocupação.

O último exemplo que analisamos foi retirado do jogo *Baldur’s Gate 3*, um jogo do gênero RPG que foi lançado no ano de 2023 pela Larian Studios e traduzido, no modelo de localização parcial, para o português brasileiro. Esse jogo não é apenas um novo RPG, é o terceiro título da série a trazer o universo de *Dungeons & Dragons* para computadores e consoles. Espera-se que isso tenha representado uma dificuldade mais elevada para os tradutores envolvidos no projeto, pois o *Dungeons & Dragons*, além de ser precursor dos RPGs de mesa e, conseqüentemente, dos RPGs de computadores e consoles, conta com décadas de histórias e livros que já foram, inclusive, traduzidos para o português. Portanto, existe uma série

de traduções consagradas e de problemáticas linguísticas que devem ser consideradas pelos tradutores com muito cuidado. Isso, no entanto, não impediu que os tradutores brasileiros empregassem, com sucesso, uma série de estratégias transcriativas na localização do jogo.

Figura 20: *Baldur's Gate 3*



Fonte: <https://baldursgate3.game/>

O enredo de *Baldur's Gate 3* gira em torno do personagem principal, controlado pelo jogador, que um dia é raptado e infectado por uma larva cerebral que, por fim, o transformará em um monstro, um “devorador de mentes”. Na busca por uma cura, o jogador encontra uma série de outros personagens, também infectados, e forma um grupo de aventureiros que acaba se envolvendo em uma trama muito maior que ameaça todo o continente de Faerûn.

No capítulo 2 do jogo, em uma cena no acampamento dos aventureiros, a personagem Karlach está preocupada com um dos companheiros, o personagem Wyll, que está preso a um acordo com uma diaba. Em um determinado momento da conversa, observamos a tradução contida na Figura 21:

Figura 21: Exemplo de *Baldur's Gate 3* em português brasileiro

Fonte: *Baldur's Gate 3* (2023)

No texto original em inglês, o jogo exibe a seguinte frase: “But I Just know there will be more to this story”. Trata-se de uma frase simples, sem qualquer marcador cultural. Já no português brasileiro, os tradutores optaram por trazer a expressão “tem caroço nesse angu” (Figura 21) para representar essa ideia de quem tem algo sendo escondido dos personagens e do jogador. O exemplo representa uma tradução que insere uma referência cultural brasileira para criar um sentimento de familiaridade no jogador-alvo.

Segundo Faria (2022), “angu” é uma palavra de origem africana que se refere a uma papa produzida a partir do inhame. Após o período da expansão portuguesa, o milho foi introduzido nas regiões costeiras da África, tornando-se a principal matéria-prima para a preparação do angu. No Brasil, a palavra “angu” passou a designar papas feitas com farinha de mandioca, feijão e, principalmente, milho, recebendo influências portuguesas e italianas. Ao longo do tempo, a papa, que anteriormente era associada à alimentação das pessoas escravizadas, foi incorporada à cultura alimentar brasileira, tornando-se um prato típico muito apreciado.

Compreende-se, portanto, que a escolha tradutória por “caroço no angu” teve duas possíveis explicações. Em primeiro lugar, é uma homenagem à cultura brasileira. Em segundo, representa um elemento de familiaridade para o jogador-alvo. No caso de *Baldur's Gate 3*, assim como de outros jogos de fantasia,

[...] a cultura local funciona como contraponto da ficção, oferecendo ao jogador uma ponte com o real, com sua própria identidade e cultura, criando assim um vínculo de familiaridade com ele. [...] Na versão localizada do jogo, o universo fantástico continuará provendo a experiência do estrangeiro; enquanto o vínculo familiar será necessariamente proporcionado pela cultura-alvo (através da inserção de elementos seus do real), já que a cultura estrangeira, onde foi produzido o jogo original, serve de vínculo àquele outro jogador, o que joga o jogo na língua-fonte, mas não serve para o novo jogador, o da cultura-alvo (Oliveira, 2014, p. 104).

Portanto, a escolha tradutória parece, em um primeiro momento, justificada e apropriada para a situação. No entanto, devemos considerar outro aspecto: a expressão “caroço no angu” tem seu uso contestado por certos grupos, que a consideram racista. A expressão teve origem em uma prática realizada por escravizados que tinham dificuldade em obter alimentação adequada. Como o angu de fubá era uma das bases mais importantes da alimentação dessas pessoas, a escravizada responsável pelo preparo do prato conseguia, ocasionalmente, esconder um pedaço de carne ou torresmo embaixo do angu para que os escravizados conseguissem obter maior sustento (Abe, 2021). Dessa forma, surgiu essa expressão que significa que alguém estaria escondendo algo. Embora isso não seja de conhecimento geral da população brasileira, grupos envolvidos com a luta antirracista defendem que é fundamental conhecer as origens e significados de palavras e expressões racistas e eliminá-las, pois compreende-se que o racismo se perpetua em diferentes esferas, incluindo a língua (Abe, 2021).

A partir desse exemplo, começamos a entender o quanto a preocupação única com a satisfação do usuário e a reprodução da experiência original — o que, com toda a certeza, aumenta as vendas e o sucesso do jogo — pode ser prejudicial. Nesse caso relatado acima, as sensibilidades culturais do jogador padrão brasileiro definitivamente não foram atacadas. Para esse jogador, não houve quebra de imersão, apenas uma sensação de familiaridade que é introduzida pela referência à cultura de chegada. Em outras palavras, partindo de uma abordagem funcionalista, essa tradução cumpriu com o seu objetivo de satisfazer o usuário médio e manter sua imersão no jogo. Porém, se considerarmos o papel social do tradutor e o poder transformador da tradução, somos impelidos, em igual medida, a considerar o cuidado que o tradutor deve ter com o Outro, com aqueles que sofrem, no caso desse exemplo, com a manutenção de expressões racistas na língua portuguesa.

Todo pensamento, ideal ou referência que fere, exclui ou afasta o Outro do convívio e respeito mútuo que devem fazer parte da vida em sociedade são, a nosso ver, anticulturais, pois o cuidado com o coletivo é (ou deveria ser) uma das características fundamentais de qualquer cultura. Ressaltamos, ainda, que, quando falamos sobre o tradutor enquanto guardião da cultura, não nos referimos a um defensor de um “purismo” cultural, de um ideal ufanista de proteção da

cultura brasileira contra influências externas. No caso do exemplo anterior, o “ataque” à cultura parte de “dentro”, não foi nem mesmo introduzido por desenvolvedores estrangeiros. Além disso, é impossível evitar a influência de culturas externas, já que, em uma época de hibridismo cultural, as culturas globais já estão inter-relacionadas e globalmente interconectadas, encontrando-se em constante transformação e reconfiguração (Tilio, 2009). É importante mencionar também que, do ponto de vista da indústria dos jogos, a cultura é comumente considerada a partir da localidade/nacionalidade à qual está atrelada. Essa ideia, se considerada de forma simplista, poderia supor a existência de uma uniformidade entre os jogadores, já que pertencem a uma mesma cultura. Ressaltamos, no entanto, que esse grupo de pessoas não é homogêneo. Na verdade,

Se por um lado elas pertencem a algumas comunidades culturais em comum, por outro lado elas também pertencem a várias outras comunidades culturais diferentes, às vezes tão diferentes que podem fazer com que suas diferenças sejam muito mais visíveis que suas poucas semelhanças. É preciso levar em conta todos os grupos culturais relevantes na vida de um indivíduo para ser possível traçar um perfil deste indivíduo (Tilio, 2008, p. 36-37).

Em contrapartida, poder-se-ia argumentar que a presença de concepções segregadoras na tradução promove a circulação de ideias que incentivam a formação de uma cultura de exclusão. Se os jogos são capazes de criar as fundações para uma nova cultura (Johnson, 2009 *apud* Nawrocka, 2016), a cultura *gamer*, então uma prática que não procura evitar a possível inserção de ideias injustas ajuda a promover efetivamente a criação de uma cultura de exclusão. A cultura *gamer* já tem sido comumente associada aos comportamentos tóxicos que promovem o racismo, o sexismo, a xenofobia e a homofobia (Munn, 2023). Quando consideramos esse aspecto e reconhecemos não só a influência dos jogos na atualidade, mas também as expectativas de considerável crescimento da indústria nos próximos anos, percebemos o quanto é importante que os tradutores envolvidos com a localização de jogos não contribuam para o agravamento de posturas preconceituosas na comunidade de jogadores.

Por fim, e após a análise dos exemplos de jogos localizados, reiteramos que entendemos a cultura enquanto manifestação e sustentáculo da condição humana, uma condição que só se mantém, de maneira digna, a partir do senso coletivo do cuidado com o Outro, com a empatia, com a inclusão de todos, com generosidade e valorização dos mais diversos atributos humanos.

Quando os acadêmicos concentram suas preocupações a respeito das questões culturais na localização de jogos apenas na satisfação do usuário e aumento dos lucros, estão, na verdade, reproduzindo a lógica das grandes empresas, as necessidades do mercado, do capital, e isso não

muda o estado das coisas, pois desconsidera, na cultura, a dimensão humana que só se mantém através do cuidado e da solidariedade entre as pessoas. Dessa forma, reduzem a cultura a um objeto a ser adaptado para o consumo de uma massa de jogadores.

Entendemos que essa questão é complexa. As contribuições e preocupações dos teóricos são, de fato, importantes, afinal, lidamos com uma indústria bilionária e precisamos pensar em formas de facilitar a inserção e o sucesso do tradutor nesse mercado de trabalho, mas não podemos prescindir, enquanto tradutores conscientes de seu papel fundamental na intermediação entre culturas, desse olhar atento e do cuidado com as questões humanas. Olhar para o usuário do ponto de vista de suas sensibilidades culturais e de sua satisfação para garantir o retorno financeiro do investimento em localização é partir de uma perspectiva funcionalista da tradução que desapropria o tradutor de seu potencial transformador, que desumaniza a sua prática. Defendemos, por outro lado, uma perspectiva humanista que vê o tradutor como uma parte integrante, e não neutra, desse processo de intercâmbio e negociação cultural, uma pessoa que vive a cultura, age sobre ela e, por sua vez, é modificada por ela.

Quando a pesquisa no subcampo da tradução e localização de jogos enfatiza a satisfação do usuário, a academia acaba se aproximando muito da indústria, a ponto de reproduzir o discurso dela, até mesmo na formação de tradutores, quando prioriza a questão das competências que precisam ser desenvolvidas. Entendemos, todavia, que o objetivo da academia deve ser o de pensar nesse processo e no papel do tradutor de forma mais ampla. Ressaltamos que não queremos, no entanto, cair em um discurso prescritivista sobre a condução da prática profissional do tradutor. Não existe uma solução que se encaixe em todas as situações. Não se trata de dizer o que é certo ou errado, mas de refletir sobre os impactos das decisões tradutórias, além da lógica mercadológica que vê apenas a questão da satisfação do usuário como garantia de lucros.

CAPÍTULO 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o expressivo avanço e crescimento da indústria dos jogos eletrônicos, que demanda serviços de tradução e localização, esta dissertação propôs-se a analisar a maneira como as questões culturais têm sido abordadas nos estudos sobre localização de jogos que foram desenvolvidos no âmbito dos Estudos da Tradução.

Partindo da hipótese de que há um forte viés mercadológico e uma falta de clareza no uso e definição dos conceitos que abordam o estudo das questões culturais na localização de jogos, propusemos, a partir do uso de técnicas bibliométricas e da aplicação do método indutivo, a construção e análise de um *corpus* que reuniu trabalhos científicos desse subcampo publicados com acesso livre em revistas, anais de eventos e livros indexados na base de dados do Google Scholar, um esforço que nos permitiu traçar observações sobre tendências relevantes nos estudos desse subcampo disciplinar. Por meio do software VOSviewer, confeccionamos mapas bibliométricos que possibilitaram a análise quantitativa do *corpus*. A leitura e análise qualitativa dos textos, por sua vez, forneceram dados importantes, revelando o estado da questão.

Em primeiro lugar, constatamos, nos mapas bibliométricos, a expressividade dos termos “adaptação cultural”, “culturalização” e “transcrição”. No que diz respeito aos pesquisadores representados no *corpus*, Carme Mangiron destacou-se como a autora responsável pelo maior número de artigos. Constatamos, também, que as redes de colaboração desenvolvidas entre os autores são fracas, o que reduz o alcance internacional das produções científicas.

Na etapa de análise qualitativa dos textos, constatamos que os termos que tratam sobre questões culturais — “adaptação cultural”, “culturalização” e “localização cultural” — são normalmente utilizados como sinônimos. Fortemente relacionado a eles, destaca-se o conceito de transcrição, que representa a “carta branca” que o tradutor recebe para modificar livremente o texto do jogo, principalmente passagens que contenham referências culturais e humor (Mangiron, 2006). Além disso, notamos que não há clareza no uso dos conceitos e essa tendência manteve-se durante todo o período de 16 anos representado no *corpus*. Da mesma forma, não foi possível observar mudanças relevantes na maneira como questões culturais foram abordadas pelos estudos nesse período.

Ademais, frisamos que este trabalho fornece um importante indício de que o viés mercadológico tem sido amplamente difundido nas pesquisas sobre a localização de jogos no âmbito dos Estudos da Tradução, reduzindo o papel do tradutor a uma preocupação com a recepção do jogo pelo público-alvo e com o aumento das vendas e lucros, o que efetivamente desumaniza a prática tradutória. No tratamento das questões culturais nas publicações

analisadas, tendem a sobressair preocupações com a manutenção da experiência original, com a adaptação de tópicos e referências que possam ferir as sensibilidades culturais do jogador-alvo e com a inserção de referências culturais que criem um senso de familiaridade maior no usuário final. Todos esses tópicos de pesquisa são relevantes e envolvem questões culturais importantes, mas outras implicações desse processo de tradução e localização de produtos culturais tão amplamente difundidos como os jogos tendem a ser ignoradas.

Entretanto, salientamos que os resultados da análise do *corpus* não permitem traçar uma conclusão definitiva sobre a situação dos estudos sobre tradução e localização de jogos dentro do campo disciplinar dos Estudos da Tradução. O método indutivo, mobilizado, em nosso caso, a partir de técnicas bibliométricas, reúne premissas verdadeiras para buscar uma generalização que conduz a conclusões prováveis (Marconi; Lakatos, 2003). A bibliometria não busca trazer respostas finais sobre o desenvolvimento de um campo de estudos; ela, por outro lado, reconhece que suas técnicas são restritas a um recorte de tempo, à disponibilidade das publicações em um determinado momento e a uma série de outros fatores que influenciam seus resultados. Seus achados, no entanto, permitem um olhar mais aprofundado sobre a produção científica e podem ser utilizados para subsidiar futuras pesquisas, à medida que o número de publicações sobre uma determinada temática cresce. Neste trabalho, apesar de a pesquisa ter sido limitada pela indisponibilidade de um considerável número de publicações que tem seu acesso restrito pela necessidade de pagamentos e assinaturas de revistas científicas⁶³, consideramos que o *corpus* permanece representativo e que ele possibilita a observação de tendências relevantes nesse subcampo disciplinar, já que os maiores pesquisadores da área — e muitos de seus trabalhos que não fazem parte do *corpus* — estão contemplados e referenciados, mesmo que indiretamente, na amostra.

Constatamos, ainda, a necessidade de mais estudos culturais de recepção, pois não temos dados consistentes que revelem mais sobre as experiências e expectativas de jogadores em diferentes localidades. A relativa ausência de trabalhos empíricos com o usuário no *corpus* também sugere que os jogadores-alvo não têm sido consultados, provavelmente devido às dificuldades inerentes a esse tipo de pesquisa. Nesse sentido, planejamos, em uma pesquisa futura em nível de doutoramento, a realização de um trabalho empírico de consulta à

⁶³ Nesta pesquisa, definimos o critério de trabalhar apenas com publicações em inglês, espanhol e português. No entanto, essa limitação linguística, se comparada com a restrição por necessidade de pagamento pelo acesso, não foi muito relevante, já que apenas 45 dos 443 resultados iniciais da busca no PoP foram descartados por não serem escritos em uma das três línguas selecionadas.

comunidade de jogadores a respeito de suas percepções sobre o processo de localização e culturalização de jogos no Brasil.

Por fim, discutimos, baseando-nos em exemplos reais retirados de traduções utilizadas na localização de três jogos distintos, sobre as possíveis consequências e possibilidades de cada escolha tradutória nesse processo de adaptação cultural, reiterando sempre que a preocupação com o aumento das vendas e lucros não pode ser a única. Nossa argumentação, nessa lógica, teve como um de seus principais pontos de partida uma publicação de Franco Aixelá e Vargas Gómez (2012), na qual os autores combatem o mito da tradução enquanto ponte cultural, um meio supostamente neutro e democratizador, quando é, na realidade, sempre tão sujeito a mecanismos de desequilíbrio e dinâmicas de poder. Inspirando-nos nos autores, defendemos, neste trabalho, que o ato tradutório não é um processo neutro e salientamos que o tradutor deve se apoiar em um amplo entendimento sobre o processo de adaptação cultural e em suas vivências culturais para desempenhar um trabalho ético que considere, além das preocupações da indústria, o papel social da tradução, de forma a evitar a disseminação de preconceitos e visões distorcidas do Outro.

Entendemos, portanto, que o cuidado do tradutor nem sempre deve ser focado apenas nas expectativas do público-alvo. É, inclusive, possível que questões problemáticas possam ser incluídas na tradução sem que isso afete a recepção do jogo ou a imersão do jogador. Essas questões podem não ser notadas pelo público, o que implica dizer que as vendas do jogo também não foram afetadas, mas o dano cultural permanece, já que preconceitos podem ser difundidos e internalizados pelos jogadores, mesmo que de maneira inconsciente. É nesse sentido que o foco nas vendas pode prejudicar o processo de adaptação cultural como um todo.

Nesta pesquisa, reconhecemos que a tradução não é um ato neutro, mas, apesar de termos apontado a responsabilidade do tradutor em seu trabalho, não tivemos o objetivo de discutir a ética ou prática profissional do tradutor. Os exemplos visualizados apenas reafirmam as consequências, positivas ou negativas, das escolhas tradutórias mobilizadas no processo de adaptação cultural dos jogos. Acima de tudo, eles ressaltam a necessidade desse cuidado maior com a cultura para além da mera satisfação do usuário e aumento das vendas, que apesar de serem parâmetros importantes, não podem, por si só, ditar as decisões em torno da produção e comercialização de produtos culturais cujas traduções têm implicações culturais mais amplas. Na verdade, voltamos nosso olhar para as discussões que os teóricos têm desenvolvido sobre cultura na Tradução e Localização de jogos, pois entendemos que esse subcampo disciplinar cuida da formação dos futuros profissionais que atuarão nessa indústria. A academia tem o dever de pensar no impacto cultural da prática tradutória no âmbito da indústria dos jogos

eletrônicos, e a análise do *corpus* fornece importantes indícios de que essa questão tem sido negligenciada, enquanto o viés mercadológico sobressai.

Poder-se-ia argumentar, ainda, que o empoderamento do tradutor enquanto indivíduo é, por muitas vezes, uma ilusão. Apesar de muitos autores e publicações no *corpus* exaltarem a liberdade do tradutor na localização de jogos, a *carte blanche* (Mangiron, 2006, 2012), sabemos, na prática, que a indústria e o mercado da tradução de jogos comumente impõem limitações de toda ordem ao profissional. Além disso, os tradutores estão, a todo momento, suscetíveis a erros. Por mais que sejam cuidadosos, nenhum profissional da área está isento de ferir o Outro, como observamos no exemplo retirado do jogo *Baldur's Gate 3*. No entanto, se propomos que o tradutor deve ser o guardião da cultura, é porque a cultura é, em nossa concepção, uma manifestação fundamental da própria condição humana, funcionando como um suporte à promoção da inclusão, empatia, respeito e ao compartilhamento de ideias positivas que visam o bem-estar coletivo. Somente esse cuidado com o Outro pode efetivamente engrandecer a condição profissional do tradutor que trabalha, na localização de jogos, com essas obras de arte de natureza tão afetiva que, há décadas, vêm emocionando jogadores em todo o mundo.

REFERÊNCIAS

ABE, S. K. O racismo está na nossa língua: Do apagamento da contribuição de povos africanos ao uso de expressões racistas, entenda o papel da língua na manutenção do racismo e como combatê-lo. **Portal Cenpec**, [S. l.], n.p., 2021. Disponível em: <https://www.cenpec.org.br/tematicas/racismo-lingua>. Acesso em: 22 out. 2023.

ALBAGLI, S. Ciência aberta em questão. *In*: ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L.; ABDO, A. H. (Org.). **Ciência aberta, questões abertas**. Brasília: IBICT; Rio de Janeiro: UNIRIO, 2015. cap. 1, p. 9-26. Disponível em: [https://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/1060/1/Ciencia%20aberta_questoes%20abertas_PORTUGUES_DIGITAL%20\(5\).pdf](https://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/1060/1/Ciencia%20aberta_questoes%20abertas_PORTUGUES_DIGITAL%20(5).pdf) Acesso em: 2 mar. 2024.

AMÉRICO NETO, J.; AMÉRICO, M. Cuphead: linguagem híbrida entre Videogame, Desenho Animado e Jazz. **Temática**, v. 16, n. 7, p. 294-309, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/53759> Acesso em: 18 maio 2023.

ARAÚJO, C. A. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11–32, 2006. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/16> Acesso em: 10 maio 2023.

AZENHA JUNIOR, J. Transferência cultural em tradução: contextualização, desdobramentos, desafios. **Tradterm**, v. 16, p. 37-66, 2010. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2317-9511.tradterm.2010.46311>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/46311> Acesso em: 8 maio 2023.

BALDUR'S Gate 3. Ghent: Larian Studios, 2023. 1 jogo eletrônico.

BERNAL-MERINO, M. Á. Video games and children's books in translation. **The Journal of Specialised Translation**, v. 11, p. 234-247, 2009. Disponível em: https://www.jostrans.org/issue11/art_bernal.pdf. Acesso em: 13 maio 2023.

BERNAL-MERINO, M. Á. **Translation and localisation in video games: making entertainment software global**. Nova York: Routledge, 2014. 322 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315752334>.

CAMPOS, H. **Da transcrição poética e semiótica da operação tradutora**. Belo Horizonte: Viva Voz, 2011. 160 p. Disponível em: https://letra.fflch.usp.br/sites/letra.fflch.usp.br/files/inline-files/%28Viva%20Voz%29%20Campos%2C%20Haroldo%20de%20-%20Da%20transcri%C3%A7%C3%A3o%20po%C3%A9tica%20e%20semi%C3%B3tica%20da%20opera%C3%A7%C3%A3o%20tradutora-FALE-UFMG%20%282011%29_0.pdf. Acesso em: 4 mar. 2024.

COLINA, S.; VENUTI, L. A Survey of Translation Pedagogies. *In*: VENUTI, L (ed.). **Teaching Translation: Programs, Courses, Pedagogies**. New York: Routledge, 2017, p. 203-215.

CONTROLE DOIS. CUPHEAD em PORTUGUÊS FICOU AINDA MAIS INCRÍVEL! [*S.l.: s.n.*], 2019. 1 vídeo (10 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0XWLoHgAU60>. Acesso em: 12 set. 2023.

COROCA. *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/coroca/>. Acesso em: 14 set. 2023.

CRIVELENTE, M. R. **Métodos e técnicas bibliométricas de análise de produção científica: um estudo crítico**. 2019. Dissertação (Mestrado em Cultura e Informação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-19022021-124556/>. Acesso em: 10 mar. 2024.

CUPHEAD. Oakville: Studio MDHR, 2017. 1 jogo eletrônico.

DIVERS, G. Gaming Industry Dominates as the Highest-Grossing Entertainment Industry. **GAMERHUB**, [*S. l.*], 2023. Disponível em: <https://gamerhub.co.uk/gaming-industry-dominates-as-the-highest-grossing-entertainment-industry/>. Acesso em: 17 out. 2023.

EDWARDS, K. Culturalization of game content. *In*: CHANDLER, H. M.; DEMING, S. O. **The game localization handbook**. 2. ed. Sudbury/Mississauga/Londres: Jones & Bartlett Publishers, 2012. cap. 2, p. 19-33.

ESQUEDA, M. D. Incursões básicas acerca dos Estudos Bibliométricos e Cienciométricos nos Estudos da Tradução. *In*: ESQUEDA, M. D. (Org.). **Estudos bibliométricos e cienciométricos em tradução: tendências, métodos e aplicações**. 1. ed. Curitiba: Editora CRV, 2020, v. 1, p. 21-34. DOI: <https://doi.org/10.24824/978658608789.5> .

ESQUEDA, M. D.; FREITAS, F. de S. Tecnologias e ferramentas aplicadas à bibliometria e cienciométrica. *In*: ESQUEDA, M. D. (Org.). **Estudos bibliométricos e cienciométricos em tradução: tendências, métodos e aplicações**. 1ed. Curitiba: Editora CRV, 2020, v. 1, p. 35-62. DOI: <https://doi.org/10.24824/978658608789.5>.

ETRA, A. Yakuza Will Remain Turn-Based RPG Series After Like a Dragon. **Screen Rant**, [S. l.], 2021. Disponível em: <https://screenrant.com/yakuza-turn-based-rpg-dragon/>. Acesso em: 12 set. 2023.

FABBRETTI, M. Japanese videogames in English translation: a study of contemporary subtitling practices. **Translation Matters**, v. 4, n. 1, p. 66-85, 2022. DOI: https://doi.org/10.21747/21844585/tm4_1a5. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/tm/article/view/10785>. Acesso em: 15 nov. 2022.

FARIA, M. C. de. Angu como tradição saberes e fazeres. **Revista Casa D'Italia**, Juiz de Fora, ano 3, n. 28, n.p., 2022. Disponível em: <https://casaditaliajf.com.br/2022/10/31/revista-casaditalia-angu-como-tradicao-saberes-e-fazeres/>. Acesso em: 22 nov. 2023

FERREIRA, G. A.; ESQUEDA, M. D. Tradução e localização de jogos eletrônicos: o potencial criativo dos tradutores. **Cadernos CESPUC de Pesquisa Série Ensaio**, n. 38, p. 174-200, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2358-3231.2021n38p174-200>. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoscespuc/article/view/26558>. Acesso em 13 maio 2023.

FOECKLER, P.; HENNING, V.; REICHEL, J. **Mendeley Desktop**. 1.19.8. [S. l.]: Elsevier, 2008. Disponível em: <https://www.mendeley.com/autoupdates/installers/preview>. Acesso em: 4 fev. 2023.

FRANCO AIXELÁ, J.; VARGAS GÓMEZ, F. J. Un cuestionamiento del mito del puente cultural: la traducción como embudo y el ejemplo de la poesía costarricense. **Letras**, v. 2, n. 52, p. 119-134, 2012. DOI: <https://doi.org/10.15359/rl.2-52.7>. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5476144>. Acesso em: 1 nov. 2022.

GALHARDI, R. Localização de Jogos: Libertando a Imaginação com Tradução Restrita, de Carmen Mangiron e Minako O'Hagan. **In-Traduções**, v. 5, n. esp.– Games e Tradução, p. 68-85, 2013.

GLÄNZEL, W.; SCHUBERT, A. Analysing scientific networks through co-authorship. **Handbook of quantitative science and technology research: The use of publication and patent statistics in studies of S&T systems**, p. 257-276, 2005. DOI: https://doi.org/10.1007/1-4020-2755-9_12. Disponível em: https://link.springer.com/chapter/10.1007/1-4020-2755-9_12. Acesso em: 13 maio 2023.

GRAND VIEW RESEARCH. Video Game Market Size, Share & Trends Analysis Report By Device (Console, Mobile, Computer), By Type (Online, Offline), by Region, And Segment Forecasts, 2022 – 2030, 2022. Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-game-market>. Acesso em: 1 nov. 2022.

HARZING, A. **Publish or Perish**. 8.6.4198.8332. [S. l.], 2007. Disponível em: <https://harzing.com/resources/publish-or-perish>. Acesso em: 4 fev. 2023.

IVERSEN, T. N.; LARSEN, L.; SOLEM, P. E. A conceptual analysis of ageism. **Nordic psychology**, [S.l.], v. 61, n. 3, p. 4-22, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1027/1901-2276.61.3.4>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1027/1901-2276.61.3.4>. Acesso em: 17 maio 2023.

MANGIRON, C. Found in Translation: Evolving Approaches for the Localization of Japanese Video Games. *Arts*, [S. l.], v. 10, n. 1, n.p., 2021. DOI <https://doi.org/10.3390/arts10010009>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-0752/10/1/9>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MANGIRON, C.; O'HAGAN, M. Game localisation: unleashing imagination with 'restricted' translation. *The Journal of Specialised Translation*, v. 6, n. 1, p. 10-21, 2006. Disponível em: https://www.jostrans.org/issue06/art_ohagan.pdf. Acesso em: 14 maio 2023.

MANGIRON, C.; O'HAGAN, M. Localização de Jogos: Libertando a Imaginação com Tradução 'Restrita'. Tradução de Rafael Galhardi. *In-Traduções*, Florianópolis, v.5, n. esp. – Games e Tradução, p. 68-85, 2013. Disponível em: <http://stat.entrever.incubadora.ufsc.br/index.php/intraducoes/article/view/2511>. Acesso em: 13 abr. 2023.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311p.

MUNN, L. Toxic play: Examining the issue of hate within gaming. *First Monday*, [S. l.], v. 28, n. 9, 2023. DOI: <https://doi.org/10.5210/fm.v28i9.12508>. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/12508>. Acesso em: 3 dez. 2023.

NÓBREGA-TERRIEN, S. M.; TERRIEN, J. Trabalhos científicos e o estado da questão: reflexões teórico-metodológicas. *Estudos em Avaliação Educacional*, São Paulo, v. 15, n. 30, p. 5-16, 2004. DOI: <https://doi.org/10.18222/ea153020042148>. Disponível em: <http://www.fcc.org.br/pesquisa/publicacoes/ea/arquivos/1203/1203.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2023.

O'HAGAN, M.; MANGIRON, C. **Game Localization**: Translating for the global digital entertainment industry. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2013. 374 p. DOI: <https://doi.org/10.1075/btl.106>.

ORE, J. Cuphead is a made-in-Canada tribute to animation's golden age. *CBC News*, [S. l.], 2017. Disponível em: <https://www.cbc.ca/news/multimedia/cuphead-is-a-made-in-canada-tribute-to-animation-s-golden-age-1.4350427>. Acesso em: 14 set. 2023.

PYAE, A. Understanding the role of culture and cultural attributes in digital game localization. **Entertainment computing**, v. 26, p. 105-116, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2018.02.004>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1875952117300496>. Acesso em: 12 maio 2023.

PYM, A. **Exploring translation theories**. London/New York: Routledge, 2010. 186 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203869291>.

QUEIROZ, S. Por uma poética da tradução. In: CAMPOS, H. **Da transcrição poética e semiótica da operação tradutora**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2011. p. 5-7. Disponível em: https://letra.fflch.usp.br/sites/letra.fflch.usp.br/files/inline-files/%28Viva%20Voz%29%20Campos%2C%20Haroldo%20de%20-%20Da%20transcri%C3%A7%C3%A3o%20po%C3%A9tica%20e%20semi%C3%B3tica%20da%20opera%C3%A7%C3%A3o%20tradutora-FALE-UFMG%20%282011%29_0.pdf. Acesso em: 4 mar. 2024.

SANDRINI, P. Localization and translation. **MuTra Journal**, v. 2, p. 167-191, 2008. Disponível em: http://translationconcepts.org/pdf/MuTra_Journal2_2008.pdf#page=167. Acesso em: 13 abr. 2023.

SHUTTLEWORTH, M.; COWIE, M. **Dictionary of translation studies**. New York: Routledge, 2014. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315760490>.

STAVELEY-WADHAM, R. The Hindenburg Disaster – As Told By Our Newspapers. **The British Newspaper Archive**, [S. l.], 2022. Headlines from History. Disponível em: <https://blog.britishnewspaperarchive.co.uk/2022/04/14/the-hindenburg-disaster-as-told-by-our-newspapers/>. Acesso em: 18 maio 2023.

STERVID, B. T. Do texto ao contexto: uma análise comparativa das abordagens descritiva e funcional dos Estudos da Tradução. **Pandaemonium Germanicum**, v. 23, p. 1-24, 2019. DOI: <https://doi.org/10.11606/1982-883723391>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pg/a/7rRDfPBsdKq678ZWRmyGN3P/?lang=pt>. Acesso em: 14 dez. 2023

TILIO, R. C. Reflexões acerca do conceito de cultura. **Revista eletrônica do Instituto de Humanidades**, v. 7, n. 27, p. 35-46, 2008. Disponível em: <https://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/213>. Acesso em: 2 dez. 2023.

VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L. **VOSviewer: Visualizing Scientific Landscapes**. 1.6.18. [S. l.], 2009. Disponível em: <https://www.vosviewer.com/>. Acesso em: 4 fev. 2023.

VENUTI, L. **Escândalos da tradução: por uma ética da diferença**. Tradução: Laureano Pelegrin, Lucinéia Marcelino Villela, Marileide Dias Esqueda e Valéria Biondo. Bauru: Edusc, 2002. 306 p.

WHITE, S. Cuphead Review: come for the 1930s visuals, stay for the hard-earned thrills. **The Guardian**, [S. l.], 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/09/cuphead-review-game-visuals-thrills-1930s-animation>. Acesso em: 12 set. 2023.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Global report on ageism**. Geneva: World Health Organization, 2021. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/340208/9789240016866-eng.pdf>. Acesso em: 17 maio 2023.

YAKUZA: Like a Dragon. Tokyo: Ryu Ga Gotoku Studio, 2020. 1 jogo eletrônico.

YAN, C.; HUANG, J. The culture turn in translation studies. **Open Journal of Modern Linguistics**, v. 4, n. 04, p. 487, 2014. DOI: <https://doi.org/10.4236/ojml.2014.44041>. Disponível em: https://www.scirp.org/html/3-1640281_50356.htm. Acesso em: 8 maio 2023.

REFERÊNCIAS DO *CORPUS*

1. BARCELOS, L. G. N.; MALTA, G. A tradução/localização de videogames: Um mapeamento das pesquisas realizadas em instituições de ensino superior brasileiras entre 1998 e 2018. **Belas Infiéis**, Brasília, Brasil, v. 9, n. 4, p. 127–144, 2020. DOI: <https://doi.org/10.26512/belasinfiéis.v9.n4.2020.27155>. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/belasinfiéis/article/view/27155>. Acesso em: 9 abr. 2023.
2. BERNAL-MERINO, M. Á. A brief history of game localisation. **TRANS: revista de traductología**, n. 15, p. 11-17, 2011. DOI: <https://doi.org/10.24310/TRANS.2011.v0i15.3191>. Disponível em: <https://revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/3191/2941>. Acesso em: 9 abr. 2023.
3. BERNAL-MERINO, M. Á. What's in a 'Game'?. **Localisation Focus**, v. 6, n. 1, p. 29-38, 2007. Disponível em: <https://www.localisation.ie/wp-content/uploads/2022/02/Vol-6-Issue-1-hq.pdf#page=29>. Acesso em: 9 abr. 2023.
4. BURANHULOVA, V. Localisation in ukrainian video gaming industry. *In: International Scientific Congress Society of Ambient Intelligence*, 5., 2022. **Proceedings** [...]. Praha: Oktan Print, 2022, p. 119-122. Disponível em: https://sci.ldubgd.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10010/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%202022%20ISC-SAI_2022%20STUDENT%20SECTION.pdf#page=119. Acesso em: 9 abr. 2023.
5. CHUNG, Y. Game localization: the script translation of casual games on Facebook. **ESP Across Cultures**, v. 9, n. 1, p. 65-82, 2012. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56857552/Mixed_Methods-ESP-ESP9_stampa_26_04-2012-libre.pdf?1529838826=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMixed_Methods_ESP_ESP9_stampa_26_04_2012.pdf&Expires=1685344089&Signature=bJRQj9tflC9uCpPPbGkj2GmhW8ddBZ4AFdQdFSK-M8UTQ05e57Td9s5HfYrpAwoCxunurUreUBZar4ExLp3D5gGg~sJfN3DLIx84jrOgkE6sNS~L6HyygGrDiu2WOWYaCiasRDzSYAipuHvSHbtQATbOtfzpqstrMtfCbsAI

- [INrzLY87mUUbaD5AHLqJgcKTwA3qLPZg6Sf0x~yBkXKvawtxNnK~34ho2IajNwJ37WNogAucbSXQP9b2P74t0VXUAuvO32mtVidMXhWyu3fhR~6Flkna~n98x5wS2Jms10YxGniNnZUvhJqzTDDYdJ3V7ZPpCqOmzeovw9fuE17oQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=65](https://doi.org/10.1080/10439862.2013.788888). Acesso em: 9 abr. 2023.
6. COSTA E SILVA, H. de O. Variedades linguísticas na localização de games: dialetos e raças do World of Warcraft. **Scientia Traductionis**, n. 15, p. 94-117, 2014. DOI: <https://doi.org/10.5007/1980-4237.2014n15p94>. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Heber-Silva/publication/279949988_Variedades_linguisticas_na_localizacao_de_games_dialetos_e_racas_do_World_of_Warcraft/links/586fa1c408ae6eb871bf5a11/Variedades-linguisticas-na-localizacao-de-games-dialetos-e-racas-do-World-of-Warcraft.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
7. CZECH, D. Challenges in video game localization: An integrated perspective. **Explorations: A Journal of Language and Literature**, n. 1, p. 3-25, 2013. Disponível em: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=428790>. Acesso em: 9 abr. 2023.
8. DI MARCO, F. Cultural localization: Orientation and disorientation in Japanese video games. **Tradumàtica: traducció i tecnologies de la informació i la comunicació**, n. 5, 2007. Disponível em: <https://www.raco.cat/index.php/Tradumatica/article/download/75765/96195>. Acesso em: 9 abr. 2023.
9. DONG, L.; MANGIRON, C. Journey to the East: Cultural adaptation of video games for the Chinese market. **The Journal of Specialised Translation**, v. 29, n. 29, p. 149-168, 2018. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/157852219.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2023.
10. EDWARDS, K. Culturalization: the geopolitical and cultural dimension of game content. **TRANS: revista de traductología**, n. 15, p. 19-28, 2011. DOI: <https://doi.org/10.24310/TRANS.2011.v0i15.3192>. Disponível em:

- <https://www.revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/3192>. Acesso em: 9 abr. 2023.
11. ESQUEDA, M. D. Training Translators for Video Game Localization: In Search of a Pedagogical Approach. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 20, p. 703-731, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/1984-6398202016045>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbla/a/4rsrsPjchmGTXFMrznSV8Lr/abstract/?lang=en>. Acesso em: 9 abr. 2023.
 12. FABBRETTI, M. Japanese videogames in English translation: a study of contemporary subtitling practices. **Translation Matters**, v. 4, n. 1, 2022. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/c36a4aa2bf2e32034ac3f99e95940fec/1?pq-origsite=gscholar&cbl=5235767>. Acesso em: 9 abr. 2023.
 13. FERNÁNDEZ COSTALES, A. Video game localisation: adapting superheroes to different cultures. **Quaderns: revista de traducció**, n. 21, p. 225-239, 2014. Disponível em: <https://ddd.uab.cat/record/118849>. Acesso em: 9 abr. 2023.
 14. FERNÁNDEZ COSTALES, A. Exploring translation strategies in video game localization. **MonTI: monografías de traducción e interpretación**, v. 4, p. 385-408, 2012. DOI: <https://doi.org/10.6035/MonTI.2012.4.16>. Disponível em: <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/26956>. Acesso em: 9 abr. 2023.
 15. FONTOLAN, M.; MALAZITA, J. W.; DA COSTA, J. P. Language, Identity and Games: Discussing the Role of Players in Videogame Localization. **Game Studies**, v. 22, n. 3, 2022. Disponível em: https://gamestudies.org/2203/articles/fontolan_malazita_dacosta. Acesso em: 9 abr. 2023.
 16. GACEK, D. Translation of Video Games in the Context of Polish Localizations. **New Horizons in English Studies**, v. 4, n. 1, p. 185-208, 2019. DOI: <https://doi.org/10.17951/nh.2019.4.185-208>. Disponível em: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=832105>. Acesso em: 9 abr. 2023.

17. GALHARDI, R. M. De fã para fã: as traduções de Chrono Trigger. **Scientia Traductionis**, n. 15, p. 140-154, 2014. Disponível em: <https://scholar.archive.org/work/xjxtt7sk4fbhpmkaum3u5fuee/access/wayback/https://periodicos.ufsc.br/index.php/scientia/article/download/1980-4237.2014n15p140/28357>. Acesso em: 9 abr. 2023.
18. GIL-BERROZPE, J. C. La transcreación en la localización de videojuegos: la traducción del humor en ‘Undertale y Deltarune’. **Nuevas tendencias en traducción e interpretación: Enseñar, aprender e investigar en la revolución digital**, p. 149-167, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Juan-Gil-Berrozpe/publication/357333792_La_transcreacion_en_la_localizacion_de_videojuegos_la_traducccion_del_humor_en_Undertale_y_Deltarune/links/61c8630eda5d105e55fad15a/La-transcreacion-en-la-localizacion-de-videojuegos-la-traducccion-del-humor-en-Undertale-y-Deltarune.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
19. GONÇALVES, H. A localization tale: localization of a videogame named Sofia and the Barbarian-A Kid's Tale. **Translation Matters**, v. 4, n. 1, p. 86-103, 2022. DOI: https://doi.org/10.21747/21844585/tm4_1a6. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/tm/article/view/11421>. Acesso em: 9 abr. 2023.
20. GRANELL, X. Teaching video game localisation in audiovisual translation courses at university. **The Journal of Specialised Translation**, n. 16, p. 185-202, 2011. Disponível em: <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/40980>. Acesso em: 9 abr. 2023.
21. MANGIRON, C. Games without borders: The cultural dimension of game localisation. **Hermeneus: Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación de Soria**, n. 18, p. 187-208, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6050150>. Acesso em: 9 abr. 2023.
22. MANGIRON, C. Game on! Burning issues in game localisation. **Journal of Audiovisual Translation**, v. 1, n. 1, p. 122-138, 2018. DOI: <https://doi.org/10.47476/jat.v1i1.48>. Disponível em: <https://jatjournal.org/index.php/jat/article/view/48>. Acesso em: 9 abr. 2023.

23. MANGIRON, C. Found in translation: evolving approaches for the localization of japanese video games. *In: Arts*. MDPI, 2021. p. 1-18. DOI: <https://doi.org/10.3390/arts10010009>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-0752/10/1/9>. Acesso em: 9 abr. 2023.
24. MANGIRON, C. Video games localisation: Posing new challenges to the translator. *Perspectives*, v. 14, n. 4, p. 306-323, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1080/09076760708669046>. Disponível em: https://www.academia.edu/download/33592110/Game_Localisation_Challenges_CMa_ngiron.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
25. MANGIRON, C. The localisation of Japanese video games: Striking the right balance. *The Journal of Internationalization and Localization*, v. 2, n. 1, p. 1-20, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1075/jial.2.01man>. Disponível em: <https://www.jbe-platform.com/content/journals/10.1075/jial.2.01man>. Acesso em: 9 abr. 2023.
26. MENDÉZ GONZÁLEZ, R. Perspectivas de la localización de videojuegos: complejidades y problemáticas traductológicas del siglo XXI. *Quaderns de Filologia-Estudis Lingüístics*, v. 27, p. 153-170, 2022. DOI: <https://doi.org/10.7203/qf.0.24663>. Disponível em: <https://cefd.uv.es/index.php/qfilologia/article/view/24663>. Acesso em: 9 abr. 2023.
27. MÉNDEZ GONZÁLEZ, R.; TOSO FERNÁNDEZ, N. M. Aproximación multidisciplinar a la divulgación histórica y la adaptación cultural de la misma: el caso de Age of Empires II. *e-tramas*, n. 5, p. 33-53, 2020. Disponível em: <http://e-tramas.fi.mdp.edu.ar/index.php/e-tramas/article/view/51>. Acesso em: 9 abr. 2023.
28. MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. La localización como factor clave en el proceso de desarrollo de un videojuego. *adComunica*, p. 77-95, 2015. DOI: <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.6>. Disponível em: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/5446>. Acesso em: 2023.

29. MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. Specialized Terminology in the Video Game Industry: Neologisms and their Translation. **Vertimo studijos**, v. 12, n. 12, p. 71-86, 2019. DOI: <https://doi.org/10.15388/VertStud.2019.5>. Disponível em: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=872767>. Acesso em: 9 abr. 2023.
30. MUÑOZ SÁNCHEZ, P. Investigar en localización de videojuegos: una realidad presente y una apuesta de futuro. In: CALVO ENCINAS, E.; ENRÍQUEZ ARANDA, M. M.; JIMÉNEZ CARRA, N.; MENDOZA GARCÍA, I.; MORÓN MARTÍN, M.; PONCE MÁRQUEZ, N. (Org.). **La traductología actual: nuevas vías de investigación en la disciplina**. Granada: Comares, 2011, p. 133-144. Disponível em: https://www.academia.edu/download/31309395/Investigar_en_localizacion_de_videojuegos.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
31. NAWROCKA, E. Cultural and linguistic challenges of video games translation with some examples from Grey's Anatomy by Ubisoft. **Beyond Philology**, p. 263-284, 2016. Disponível em: https://fil.ug.edu.pl/sites/fil.ug.edu.pl/files/_nodes/strona/33797/files/beyond_philology_no_13.pdf#page=263. Acesso em: 9 abr. 2023.
32. ONAR, B. C.; ÇATAK, G. Translation and localization of video games: An analysis of uncharted 4 in Turkish. **Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences**, n. 62, p. 91-122, 2022. DOI: <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2022-997543>. Disponível em: <https://dergipark.org.tr/en/pub/connectist/issue/71404/997543>. Acesso em: 9 abr. 2023.
33. PETTINI, S. We are the Others: Localising Italians for Italians in Video Games. **Journal of Specialised Translation**, n. 38, p. 208-231, 2022. Disponível em: https://www.jostrans.org/issue38/art_pettini.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
34. PIĄTKIEWICZ, B. Video game vocabulary in translation through the prism of Nida's equivalence on the example of Dark Souls series. **STUDIA FILOLOGICZNE**, v. 7, p. 83-87, 2020. Disponível em: https://www.studiafilologiczne.akademiarac.edu.pl/wp-content/uploads/2021/01/TEKST_Studia_Filologiczne-nr7_17x24_wer2.pdf#page=83. Acesso em: 9 abr. 2023.

35. PURNOMO, L. A.; UNTARI, L. Press start: the problems of mechanical implicatures in video game translation (a case study of Megaman X series). **Studies on Shift: Game Localization and Subtitling**, p. 94-114, 2019. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=QbTbDwAAQBAJ&pg=GBS.PA114&lr=>. Acesso em 9 abr. 2023.
36. PURNOMO, L. A. *et al.* Ludic Translation: The Problems of Game Asset Transferability in Video Game Translation. *In: ICOLTS (International Conference on Linguistics & Translation Studies)*, 2016. **Proceedings** [...]. Surakarta, 2016, p. 328-335. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Sf-Luthfie-Arguby-Purnomo/publication/320097331_LUDIC_TRANSLATION_THE_PROBLEMS_OF_GAME_ASSET_TRANSFERABILITY_IN_VIDEO_GAME_TRANSLATION/links/59cdaa880f7e9b225635dfe9/LUDIC-TRANSLATION-THE-PROBLEMS-OF-GAME-ASSET-TRANSFERABILITY-IN-VIDEO-GAME-TRANSLATION.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
37. PYAE, A. Understanding the impacts of cultural contents in digital game-based exercises on older adults. *In: International Conference on Computer Applications*, 6., 2018. **Proceedings** [...]. Yangon, 2018, n.p. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Aung_Pyae2/publication/323365137_Understanding_the_Impacts_of_Cultural_Contents_in_Digital_Game-Based_Exercises_on_Older_Adults/links/5a900faca6fdcceff00ca0f/Understanding-the-Impacts-of-Cultural-Contents-in-Digital-Game-Based-Exercises-on-Older-Adults. Acesso em: 9 abr. 2023.
38. PYAE, A. *et al.* When Japanese Elderly People Play a Finnish Physical Exercise Game: A Usability Study. **Journal of Usability Studies**, v. 11, n. 4, p. 131-152, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Aung_Pyae2/publication/308199735_When_Japanese_Elderly_People_Play_a_Finnish_Physical_Exercise_Game_A_Usability_Study/links/57dcf61c08ae4e6f18498595.pdf. Acesso em: 9 abr. 2023.
39. QIAODAN, L.; SIYU, H. English Translation of Martial Arts Games: Take Interactive Interface Text Translation of “Chu Liuxiang” as an Example. *In: Youth Academic*

- Forum on Linguistic, Literature, Translation and Culture, 2019. **Proceedings** [...]. Hangzhou: The American Scholars Press, 2019, p. 135-140. Disponível em: <http://americanscholarspress.us/conferences/pdf/Youth-2019.pdf#page=135>. Acesso em: 9 abr. 2023.
40. SAJNA, M. Cultural transfer in video games. **Linguistische Treffen in Wroclaw**, n. 14, p. 175-185, 2018. Disponível em: <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-7a8b9ccc-5823-4b2c-8ed1-2bde44d943c6>. Acesso em: 9 abr. 2023.
41. ŠISLER, V. *et al.* Adapting contested national history for global audiences in Attentat 1942 and Svoboda 1945: Liberation. **Studies in Eastern European Cinema**, v. 14, n. 1, p. 69-84, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1080/2040350X.2022.2071522>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/2040350X.2022.2071522>. Acesso em: 9 abr. 2023.
42. SUN, Q. Difficulties and Countermeasures of Game Localization Translation Based on the IoT and Big Data. **Journal of Sensors**, v. 2022, p. 1-7, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1155/2022/4651956>. Disponível em: <https://www.hindawi.com/journals/js/2022/4651956/>. Acesso em: 9 abr. 2023.
43. TOFTEDAHL, M.; BACKLUND, P.; ENGSTRÖM, H. Localization from an indie game production perspective: why, when and how?. *In*: DIGRA 2018: The 11th Digital Games Research Association Conference, 11, 2018 jul. 25-28; Turin, Italy. **Proceedings** [...]. Turim: Digital Games Research Association, 2018, p. 1-17. Disponível em: <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1244827&dswid=841>. Acesso em: 9 abr. 2023.
44. WIBOWO, A. P. *et al.* The freedom in video game localization (How Indonesian Game Translator applied Carte Blanche of Translation to Preserve Game Experience). *In*: ELTLT Conference, 6., 2017. **Proceedings** [...]. Faculty of Languages & Arts Universitas Negeri Semarang, 2017, p. 26-31. Disponível em: <http://elslt.proceedings.id/index.php/elslt/article/view/72>. Acesso em: 9 abr. 2023.

45. WIBOWO, A. P. *et al.* Reconfiguring Localization Quality Assessment for Video Games. **Journal of Social Studies Education Research**, v. 10, n. 3, p. 346-363, 2019. Disponível em: <https://www.learntechlib.org/p/216477/>. Acesso em: 9 abr. 2023.
46. XINYAN, S.; JIANGUO, T. On Translation Strategies of Culture-Specific Items in Game Localization. **International Journal of Languages, Literature and Linguistics**, v. 5, n. 4, p. 231-235, 2019. DOI: <https://doi.org/10.18178/IJLL.2019.5.4.233>. Disponível em: <http://www.ijll.org/vol5/233-CL1044.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2023.
47. ZORRAKIN-GOIKOETXEA, I. The Use and Reception of Varieties of Spanish in Videogames. **Journal of Audiovisual Translation**, v. 5, n. 2, p. 93–113, 2022a. DOI: <https://doi.org/10.47476/jat.v5i2.2022.203>. Disponível em: <https://www.jatjournal.org/index.php/jat/article/view/203>. Acesso em: 9 abr. 2023.
48. ZORRAKIN-GOIKOETXEA, I. Transcreación y adaptación cultural en videojuegos: proceso, producto y recepción. **TRANS: Revista de Traductología**, v. 26, n. 1, p. 213-231, 2022b. DOI: <https://doi.org/10.24310/TRANS.2022.v26i1.14565>. Disponível em: <https://revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/14565>. Acesso em 9 abr. 2023.