ABRAPT Simpósio

**Simpósio: LOCALIZAÇÃO DE GAMES: UM OLHAR INTERDISCIPLINAR**

Local: **Auditório CED**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **HORÁRIOS: PERÍODO** |  |  | **DIA 26/09 (5ª feira)** |

Coordenadores  
Cristiane Denise Vidal (UFSC)  
Gustavo Rinaldi Althoff (UFSC)

O objetivo deste simpósio é iniciar um diálogo interdisciplinar entre Estudos da Tradução e Estudos de Games. Apesar da longa existência dos games não-digitais e de quase seis décadas de existência dos games digitais, apenas recentemente eles começaram a ganhar notoriedade dentro da academia e emergiram como um campo sério de estudos. E embora tenham se tornado uma mídia de entretenimento bilionária, pouco se tem refletido e questionado sobre o que acontece quando os games cruzam as fronteiras culturais. Esse simpósio pretende reunir pesquisadores, tradutores, localizadores e especialistas da indústria de games para explorar as complexidades do emergente campo de estudos de games enquanto este dialoga com os estudos da tradução. São temas privilegiados, mas não exclusivos, desse simpósio, os seguintes:

01) Games, tradução e narrativa transmidiática

02) Games e tradução intersemiótica

03) Games e acessibilidade

04) Games e traduções feitas pelos fãs

05) Game design e localização

06) Trilha sonora, games e localização

07) Voice-over, games e localização

08) Roteiro, games e localização

09) Games e localização de paratextos

10) Localização de games e análise do discurso

11) Localização de games e terminologia

12) Games e tradução cultural

13) Games e diálogo intercultural

 Local: **Auditório CED**

**HORÁRIOS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PERÍODO** |  |  | **DIA 26/09 (5ª feira)** |
| **10:00-11:30** |  |  | O CONCEITO DE “GAMEPLAY EXPERIENCE” APLICADO À LOCALIZAÇÃO DE JOGOS Ricardo Vinicius Ferraz de Souza (USP) ENRIQUECENDO COM O DIDI: GARIMPANDO A PEDRA FUNDAMENTAL DA INDÚSTRIA DE LOCALIZAÇÃO DE VIDEOGAMES NO BRASIL Roberto Mário Schramm Jr. (UFSC) O PARADIGMA DA LOCALIZAÇÃO A PARTIR DA LOCALIZAÇÃO DE GAMES Gustavo Althoff (UFSC) GAME LOCALISATION AS TRANSCREATION Minako O’Hagan (Dublin City University) TRADUÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE GAMES: UM BRASIL DE POSSIBILIDADES Marisandra Brito (UFSC) |
| **13:30-15:00** |  |  | AZEROTH TUPINIQUIM: A LOCALIZAÇÃO DE WORLD OF WARCRAFT PARA O PORTUGUÊS DO BRASIL Cristiane Denise Vidal (UFSC) DE FÃ PARA FÃ: AS TRADUÇÕES DE CHRONO TRIGGER NO BRASIL Rafael Müller Galhardi (UFBA)  A REPRESENTAÇÃO CULTURAL DA AMÉRICA HISPÂNICA NO GAME EDUCATIVO “ONDE ESTÁ CARMEN SANDIEGO?”: UMA ANÁLISE MULTIMODAL Luiziane da Silva Rosa (UFSC) CHALLENGES IN GAMES LOCALIZATION: A WORKFLOW PROPOSITION Beatrice Compagnon (Kilgray Translation Technologies) JOGOS DE ESTAMPAS ILUSTRADAS: “MAGIC THE GATHERING” SOB A ÓTICA DE GÊNERO TEXTUAL DE SWALES Meggie Rosar Fornazari (UFSC) |
| **15:30-17:00** |  |  | UMA PROPOSTA DE MAPEAMENTO DE CONTEÚDOS MULTIMODAIS EM JOGOS DE VIDEOGAME LOCALIZADOS PARA PESQUISAS EM ESTUDOS DA TRADUÇÃO Fernando da Silva (UFSC) EXPERIÊNCIAS DE UM ESTÚDIO CARIOCA NA CONSTRUÇÃO E TRADUÇÃO DE UM ENREDO E NA LOCALIZAÇÃO DE ARTE E TRILHA SOB UMA TEMÁTICA ORIENTAL  Jorge Luís Rocha (UFRJ) DO GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE LOCALIZAÇÃO DE JOGOS Cassius Figueiredo (CCAPS Translation & Localization) JOGOS DE VIDEOGAME E LEITURA EM ATIVIDADE PARA CRIANÇAS ENTRE 8 E 11 ANOS Gustavo Nogueira de Paula (Unicamp) BETWEEN TEXT AND VOICE: CODIFYING THE DIALOGUE PERFORMANCE Theo Stojanov (McGill University) |

**RESUMOS**

**1. O CONCEITO DE “GAMEPLAY EXPERIENCE” APLICADO À LOCALIZAÇÃO DE JOGOS**

Ricardo Vinicius Ferraz de Souza  
(USP)

O principal objetivo de um game é proporcionar diversão. Para isso, é fundamental ter em mente o conceito de “gameplay experience”, em que se procura oferecer a(o) jogador(a) uma experiência interativa que lhe seja prazerosa e que lhe permita apreciar uma boa narrativa, derrotar um oponente, cumprir uma missão, entre outros, sem ter sua atenção desviada para outros fatores que possam vir a comprometer sua diversão. Esta apresentação visa analisar o conceito de “gameplay experience” sob a ótica da localização de games, buscando entender em que medida a tradução de um jogo pode contribuir para uma experiência de jogo mais/menos agradável. Em primeiro lugar, serão apresentadas algumas definições dos termos “gameplay” (comumente traduzido como “jogabilidade”) e “gameplay experience” (ou “experiência de jogo”), de modo a melhor compreender os aspectos que os envolvem. Em seguida, examinaremos o conceito de “gameplay experience” dentro do universo da localização de games. Por fim, serão exibidos alguns exemplos retirados das versões em português de alguns games, a fim de visualizarmos na prática a importância da tradução para uma experiência de jogo mais divertida.

**2. ENRIQUECENDO COM O DIDI: GARIMPANDO A PEDRA FUNDAMENTAL DA INDÚSTRIA DE LOCALIZAÇÃO DE VIDEOGAMES NO BRASIL**

Roberto Mário Schramm Jr.  
(UFSC)

Quero discutir a extrema relevância da estratégia de localização de um dos jogos disponíveis para o console Odissey, – o relativamente obscuro ‘*Pickaxe Pete*’ (1982), – na ocasião de seu lançamento no Brasil. Por meio de uma “reinterpretação” brasileira do jogo, – expressa na sua paratextual transformação em “Didi na mina Encantada” (1983), – a Philips logrou inaugurar a indústria “nacional” de videogames como fenômeno de massa. Logrou também inaugurar a indústria brasileira de localização dos videogames – ainda que de nossa perspectiva atual, essa transformação de “Pete” em “Didi” possa parecer cômica, ingênua, ou aleatória. Nada mais distante da realidade, e eu pretendo demonstrar, por meio de uma análise do significado histórico desse alistamento do personagem, que a “didificação” de ‘*Pickaxe Pete*’ consiste em um dos mais relevantes, conscientes e bem sucedidos esforços de localização e licenciamento de um videogame no Brasil.

**3. O PARADIGMA DA LOCALIZAÇÃO A PARTIR DA LOCALIZAÇÃO DE GAMES**

Gustavo Althoff  
(UFSC)

Em seu livro “Exploring Translation Theories” (2009), Anthony Pym, teórico e professor de tradução da Universitat Rovira i Virgili (Tarragona, Espanha), arranja as teorias da tradução do Ocidente em sete paradigmas; um deles é o paradigma da localização. O objetivo desta comunicação é contrastar os conceitos mais salientes desse paradigma, tais como caracterizados por Pym, com exemplos da prática da localização de games, a fim de avaliar de que maneira essa prática e suas possíveis demandas de adaptação cultural podem ensejar uma revisão dos conceitos centrais do paradigma, particularmente em sua relação com outros dois paradigmas da tradução: o do “Escopo” (*Skopos*, Propósito) e o da “Equivalência Direcional”.

**4. GAME LOCALISATION AS TRANSCREATION**

Minako O’Hagan  
(Dublin City University)

Invented by the video game industry game localisation is emerging as a significant translation practice where the stakes are high. In an attempt to locate game localisation in Translation Studies, this paper applies to this dynamic practice the concept of *transcreation* attributed to Haroldo de Campos (Vieira, 1994, 1999). The unlikely union between the contemporary digital media and the Brazilian postcolonial perspective sheds light onto unique dimensions of game localisation. Game localisation exemplifies translation as a case of *rewriting* (Lefevere 1992) with new scope afforded by digital technology.

**5. AZEROTH TUPINIQUIM: A LOCALIZAÇÃO DE WORLD OF WARCRAFT PARA O PORTUGUÊS DO BRASIL**

Cristiane Denise Vidal  
(UFSC)

O *World of Warcraft* (WOW) é um jogo de interpretação online massivo para múltiplos jogadores (MMORPG, na sigla em inglês) em que pessoas do mundo todo assumem a figura de personagens heroicos e exploram um mundo virtual de magia, mistério e aventuras sem fim (BLIZZARD, 2011). Ele foi lançado no Brasil em dezembro de 2011, sete anos após ter sido lançado nos Estados Unidos. Segundo a desenvolvedora e distribuidora estadunidense Blizzard, o trabalho de localização do WOW para o português do Brasil foi um esforço épico e, possivelmente, o maior trabalho de adaptação cultural realizado para o nosso idioma, que contou com mais de 4 milhões de palavras traduzidas e a dublagem de mais de 17 mil arquivos de áudio. O propósito desta comunicação é apresentar e discutir alguns excertos traduzidos do WOW, que combinaram diferentes elementos da cultura brasileira, tais como literatura e música, à luz do conceito de culturalização (EDWARDS, 2011) e de tradução cultural (AIXELA, 1996).

**6. DE FÃ PARA FÃ: AS TRADUÇÕES DE CHRONO TRIGGER NO BRASIL**

Rafael Müller Galhardi  
(UFBA)

Nos dias atuais, *video games* fazem parte de um mercado de entretenimento global, de modo similar à indústria fílmica. Alguns gêneros de *video games,* como RPGs (*Role Playing Game*) e jogos de estratégia, utilizam grandes conteúdos textuais como base para seu formato de jogo. Juntos, estes dois fatores geram significativa demanda de transferência linguística e diferentes níveis de adaptação para diferentes mercados – processo conhecido como *localização.* Para muitas línguas, no entanto, a indústria de *localização* não considera viável o custo envolvido neste processo, o que deixa uma porta aberta para as práticas amadoras de tradução de jogos. Esta comunicação apresenta uma análise descritiva das traduções realizadas por fãs brasileiros feitas a partit da primeira tradução oficial de *Chrono Trigger* (1995), do japonês para o inglês, assim como a comparação dessa com uma tradução amadora realizada por fãs anglófonos. Para este estudo foi utilizado o suporte teórico do modelo de transcriação proposto por Mangiron e O’Hagan (2006) a fim de analisar certos tópicos como: adições e omissões de diálogos, recriações de jogos de palavras e piadas, mudança de nomes de personagens e terminologia, uso deliberado de expressões regionais e até mesmo a modificação do estilo de fala de um personagem, além de outros desafios que *Chrono trigger* representou para os fãs tradutores.

**7. A REPRESENTAÇÃO CULTURAL DA AMÉRICA HISPÂNICA NO GAME EDUCATIVO “ONDE ESTÁ CARMEN SANDIEGO?”: UMA ANÁLISE MULTIMODAL**

Luiziane da Silva Rosa  
(UFSC)

O game educacional é um gênero digital que contém textos multimodais em forma de recursos gráficos imagéticos e textual-verbal direcionados para um público específico, mas também tem o propósito de promover a aprendizagem de conteúdos conceituais através da ludicidade e do entretenimento. Por essas razões, a complexidade de projetar um game educacional vem despertando estudos não só no âmbito pedagógico e de design, mas também em Estudos da Tradução principalmente no que tange à localização de games e às representações culturais. O objetivo desta apresentação, de cunho qualitativo, foi o de analisar as representações culturais da América hispânica presentes no game educacional “Onde está Carmen Sandiego?: tesouros do conhecimento” da The Learning Company (Positivo, no Brasil). Para isso, tomaram-se como base as viagens de fuga da personagem vilã Carmen Sandiego ao México e à Cuba e a seção “tradução oral em espanhol” que o game disponibiliza. O trabalho tem como aporte teórico-metodológico da Gramática Visual sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso (ACD) e o modelo de análise textual de Christinane Nord.

**8. CHALLENGES IN GAMES LOCALIZATION: A WORKFLOW PROPOSITION**

Beatrice Compagnon  
(Kilgray Translation Technologies)

The games market has gone through major changes in the past few years, which had a great impact on the games localization process as well. Classical boxed games have been heavily challenged by the rise of online, mobile and social games and the consequence for the localization process is a balancing act to deal with small content with frequent updates in many languages (mobile games) as well as with huge content in less languages but including voice-overs (MMOs). This presentation is going to focus on the technical possibilities to improve the localization workflow and project management side as well as the collaborative aspect in order to reduce time to market while improving quality. The main focus will be on the automation of what is not the actual translation and the leveraging of existing content as well as the creation of terminology. The lecture will approach a state of the art yet seldomly practised method; taking you from file preparation, through resource sharing and a collaborative approach resulting in a seamless localization workflow.

**9. UMA PROPOSTA DE MAPEAMENTO DE CONTEÚDOS MULTIMODAIS EM JOGOS DE VIDEOGAME LOCALIZADOS PARA PESQUISAS EM ESTUDOS DA TRADUÇÃO**

Fernando da Silva  
(UFSC)

Esta comunicação tem por objetivo apresentar uma proposta de observação de conteúdos multimodais (áudio, vídeo, texto, imagens estáticas) em videogames localizados de forma a favorecer o encaminhamento de pesquisas na área de Estudos da Tradução. Através de um olhar ampliado para os diferentes aspectos de representação linguística e visual em jogos localizados para o português (Br), direciono minha fala para a apresentação de um aparato de investigação voltado ao mapeamento e análise dos aspectos tradutórios que emergem neste objeto de estudo. Para a formalização desta proposta faço uma breve introdução acerca de alguns recursos como software de anotação linguística, hardware de captura de vídeo, entre outras ferramentas que eventualmente podem ser utilizadas em diferentes abordagens de pesquisa que tenham como intenção a investigação de corpora com características multimodais.

**10. EXPERIÊNCIAS DE UM ESTÚDIO CARIOCA NA CONSTRUÇÃO E TRADUÇÃO DE UM ENREDO E NA LOCALIZAÇÃO DE ARTE E TRILHA SOB UMA TEMÁTICA ORIENTAL**

Jorge Luís Rocha  
(UFRJ)

O objetivo deste trabalho se insere na proposta do simpósio, sobre o papel da tradução e cultura em *games* digitais. Sob a visão de um tradutor, serão relatadas as experiências de tradução e localização durante a atividade de especialistas na *Dumativa Estúdio de Criação* (Rio de Janeiro, RJ). Como objeto de discussão e análise, há dois produtos de distintos gêneros: um projeto de *game* do gênero *StoryTelling* e outro do gênero *Side Scrolling*. Sobre o primeiro projeto, serão tratadas as estratégias de construção de enredo projetando sua tradução (do português para espanhol e inglês), visando um produto adaptável a distintos cenários culturais e linguísticos, evitando modificações substanciais. Com relação ao segundo projeto, serão relatados os procedimentos de localização cultural, em trilha, efeitos e design, em um *game* de temática oriental. Este trabalho visa o diálogo sobre métodos de trabalho relacionados a experiências tradutórias em literatura, arte e música, em um estúdio de criação.

**11. DO GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE LOCALIZAÇÃO DE JOGOS**

Cassius Figueiredo  
(CCAPS Translation & Localization)

O gerenciamento de projetos de localização de jogos é um dos aspectos mais desafiadores desta atividade pois envolve um conhecimento amplo de diversas áreas de atuação. Devido aos volumes de tradução envolvidos, prazos cada vez menores e jogos sofisticados, o gerente de projetos que atua na área deve conhecer não só os aspectos específicos da tradução de interfaces, documentação e material de apoio, como também os detalhes envolvidos na busca por vozes apropriadas para locução, interface com os estúdios de gravação e conhecimento de técnicas de tratamento multimídia, principalmente vídeos.

**12. BETWEEN TEXT AND VOICE: CODIFYING THE DIALOGUE PERFORMANCE**

Theo Stojanov  
(McGill University)

With the introduction of talkies in the late 1920s, film distribution companies sought for ways to get the widest possible returns on their investments. The localization of films from the sound era necessitated the invention of viable and cost-effective methods of audio-visual translation some of which persist to this day, and have been successfully adopted by the gaming industry. Several decades of experimentation brought about the creation of a specialized technical vocabulary and the codification of performance information right onto the translated text by the use of unique semiotic metaphors. This article will look at how various technologies of localization have emerged, and how they affect the post-production workflow. Current practice establishes localization as an elaborate interdisciplinary field involving the collaboration of actors, directors, producers, translators, sound and video departments, all of whose efforts combine into an artistic undertaking in its own right, complementary to the original. For film and games, the localization workflow will be traced from the time the script arrives to the studio to the final delivery of recorded audio assets to the client, and in the course of this presentation I will point to a number of practical considerations of interest to professionals involved in the localization industry.

**13. TRADUÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE GAMES: UM BRASIL DE POSSIBILIDADES**

Marisandra Brito  
(UFSC)

Segundo o Ibope, o Brasil tem cerca de 45,2 milhões de jogadores de videogames. Com um mercado tão receptivo e em pleno crescimento, a indústria de games voltou seu olhar para este país e percebeu que para expandir sua presença por aqui é necessário começar a falar a língua dos *gamers* brasileiros. Nos últimos anos, o número de jogos localizados para a comunidade brasileira tem crescido. Alguns dos grandes lançamentos (*Assassin’s Creed 3*, *God of War: Ascension*, *Black Ops II* etc) tem chegado localizado a esse mercado. A localização dos jogos é uma forma de as distribuidoras falarem aos *gamers* que se importam com eles e que querem lhes proporcionar uma experiência de jogo completa, na qual o *gamer* possa se identificar melhor com o game e o universo do game se aproxime do universo do *gamer*. Além disso, a localização abre portas para uma nova gama de jogadores. Segundo Bielsa (2005:5), a tradução é uma condição prévia à comunicação global; portanto, em uma indústria global como a dos videogames é necessário que a mídia acesse seu público alvo, e a melhor forma de fazer isso é falando a mesma língua que seus usuários. Diante do crescimento econômico do Brasil em um momento em que as grandes potências econômicas do mundo estão em decadência, a indústria de games se interessou pelo país, e a localização é uma arma que, se bem utilizada, pode fazer a diferença nesse mercado.

**14. JOGOS DE ESTAMPAS ILUSTRADAS: “MAGIC THE GATHERING” SOB A ÓTICA DE GÊNERO TEXTUAL DE SWALES**

Meggie Rosar Fornazari  
(UFSC)

*Magic,* primeiro jogo de Estampas Ilustradas a ser produzido (Richard Garfield, EUA, 1993), possibilita que participantes colecionem cards para exibição, troca, compra, venda, leilão ou partidas com outros jogadores, sob várias regras de construção de baralhos e formatos de jogo. Pioneiro em seu gênero de jogo, e também a maior fonte até hoje, ainda carece de pesquisas linguísticas ou tradutórias na academia em inglês ou nas 10 línguas para as quais o jogo foi localizado (português do Brasil incluso). Analiso aqui a validade dos jogos de Estampas Ilustradas como gênero textual digno de pesquisa acadêmica direcionada a suas localizações. Para tal, a teoria de gêneros textuais de John Swales será aplicada em um corpus bilíngue, paralelo e estático atualmente em construção para uma pesquisa de mestrado em andamento (Coleção Básica 2013), com as versões em En e Pt obtidas no site oficial do jogo.

**15. JOGOS DE VIDEOGAME E LEITURA EM ATIVIDADE PARA CRIANÇAS ENTRE 8 E 11 ANOS**

Gustavo Nogueira de Paula  
(Unicamp)

Neste relato de experiência é apresentada uma atividade realizada com aproximadamente 20 crianças com idade entre 8 e 11 anos. Através de um computador conectado a uma televisão de 42 polegadas, as crianças jogaram os jogos “CoD 4 – Modern Warfare” e “12 de Setembro: the game”. Primeiramente, jogaram sem informações adicionais e, posteriormente, através de mediação do professor, os objetivos e textos dos jogos foram traduzidos e disponibilizados aos participantes. A diferença no ato de jogar das crianças foi mínima, comparativamente entre a situação sem tradução e com tradução. Pôde-se perceber que as referências culturais em relação aos jogos de videogame se sobressaíram aos textos e informações na tela, fazendo com que as crianças realizassem deduções e conclusões próprias, que em determinados momentos divergiam da idéia central dos jogos. Outra característica percebida foi de que os signos apresentados nos jogos foram mais determinantes no entendimento dos jogos por parte das crianças.

CRÉDITOS DAS TRADUÇÕES

Italiano: [Nicoletta Cherobin](mailto:nicoletta_chero@hotmail.it)

Espanhol: [Rosario Lázaro Igoa](mailto:rosilazaro@gmail.com) & [Luz Adriana Sánchez Segura](mailto:keuala2001@yahoo.com)