



Ana Teresa Bastos Rodrigues

A TRADUÇÃO DO HUMOR NA LEGENDAGEM E A OPINIÃO DO ESPECTADOR

Relatório de Estágio do Mestrado em Tradução, orientado pela Dr.^a Phillippa May Bennett e pela Doutora Maria da Conceição Carapinha Rodrigues, apresentado ao Departamento de Línguas, Literaturas e Culturas da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Janeiro de 2022

FACULDADE DE LETRAS

A TRADUÇÃO DO HUMOR NA LEGENDAGEM E A OPINIÃO DO ESPECTADOR

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	A tradução do humor na legendagem e a opinião do espectador
Autora	Ana Teresa Bastos Rodrigues
Orientadoras	Dr.ª Phillippa May Bennett Doutora Maria da Conceição Carapinha Rodrigues
Júri	Presidente: Doutor Jorge Manuel Costa Almeida e Pinho Vogais: 1. Doutora Cláudia Susana Nunes Martins 2. Mestre Phillippa May Bennett
Identificação do Curso	2º Ciclo em Tradução
Área científica	Tradução
Especialidade/Ramo	Português e uma língua estrangeira (Inglês)
Data da defesa	23-02-2022
Classificação do Relatório	16 valores
Classificação do Estágio e Relatório	16 valores



Agradecimentos

Às minhas orientadoras, a Dr.^a Phillippa May Bennet e a Doutora Maria da Conceição Carapinha Rodrigues, pelo tempo e trabalho que dedicaram a este projeto. Este trabalho não existiria sem elas.

À Ana, sem os teus conhecimentos de italiano este trabalho não seria o mesmo.

À Diana, à Inês e à Mariana, por todo o apoio não só ao longo deste trabalho, mas de toda a minha vida académica. Mais do que amigas, colegas de casa.

Aos meus pais e ao meu irmão, por estarem sempre presentes e me apoiarem em tudo. Obrigada.

RESUMO

A tradução do humor na legendagem e a opinião do espectador

O estágio curricular foi realizado na Sintagma, empresa especializada de tradução audiovisual, especificamente sobre legendagem. O trabalho realizado no estágio foi de tradução, legendagem e criação de *templates*. A legendagem é uma forma de tradução audiovisual, mas não a única, uma vez que a dobragem também é bastante utilizada. A legendagem e a dobragem são as formas de tradução audiovisual mais utilizadas em todo o mundo. A tradução do humor na legendagem é especialmente desafiante devido às restrições inerentes à prática da legendagem e às dificuldades culturais, características da tradução. Neste trabalho, foi realizada uma análise à tradução de quatro cenas humorísticas, duas de um filme italiano e duas de uma série norte-americana, segundo a *General Theory of Verbal Humour*, de Salvador Attardo (2002) e em função dos fatores externos complementares a esta teoria propostos por Trajan Shipley Young (2007). Usando estas quatro cenas, foi realizado um inquérito a 164 pessoas, sobre hábitos de consumo de legendagem e sobre a preferência da legenda para a mesma cena, com a possibilidade de escolha entre uma tradução literal e uma adaptação da piada na língua de chegada, neste caso o português. Os resultados mostram que os espectadores preferem que seja realizada uma adaptação do fragmento humorístico na língua de chegada. No entanto, espectadores com um maior nível de conhecimento da língua de partida preferem uma tradução literal. É também possível concluir que o trabalho do tradutor/legendador é apreciado pelos espectadores inquiridos.

Palavras-chave: tradução audiovisual, legendagem, humor, espectador

ABSTRACT

The translation of humor in subtitling and the audience's reception

The curricular internship took place in Sintagma, a translation company specializing in audiovisual (AV) translation, in particular subtitling. The work included translation, subtitling, and template creation. Subtitling is just one of the types of AV translation and the most used in Portugal; voice over is also widely used in children's films and programs. Subtitling and voice over are widely used around the world, over other forms of audiovisual translation. The translation of humour in subtitling is especially challenging due to the time and space restrictions of the format. The purpose of this project is to understand whether the audience is interested and paying attention to the translation of humour. To accomplish this, four humorous scenes from a movie and a TV show are analysed following the *General Theory of Verbal Humour*, by Salvator Attardo (2002), and the external factors complementary to this theory, proposed by Trajan Shipley Young (2007). Using these same scenes, a questionnaire was applied to 164 people on how audiences interact with subtitles and which subtitle is preferred for the same scene between a literal translation and an adaptation to the target language. The results show that the audience prefers an adaptation into the target language, however when the audience has a better knowledge level of the source language, they prefer a literal translation. In conclusion, the respondents show interest in the work of translators/subtitlers and appreciate an adaptation of humorous content to their target language.

Keywords: audiovisual translation, subtitling, humour, audience

ÍNDICE

Introdução.....	1
1. Estágio curricular.....	3
1.1 Descrição da Empresa	3
1.2 Trabalho realizado	3
1.3 Feedback do trabalho realizado e principais dificuldades.....	10
2. Tradução Audiovisual.....	12
2.1 Legendagem.....	13
2.1.1 Vantagens e desvantagens da legendagem.....	13
2.1.2 Características técnicas do processo de legendagem.....	14
2.1.2.1 Um caso específico de legendagem: as <i>Fansubs</i>	16
2.1.2.2 O caso da legendagem para a comunidade surda.....	17
2.1.3 Avanços tecnológicos na área da legendagem	17
2.2 Dobragem.....	19
2.3 Legendagem e dobragem: diferentes países e diferentes culturas.....	19
2.4 Dificuldades inerentes à Tradução Audiovisual	20
3. Humor	22
3.1 O que é o humor?.....	22
3.2 Teorias de tradução de humor	24
3.2.1 <i>The General Theory of Verbal Humour</i>	24
3.2.2 <i>Humor Translation Checklist</i>	26
3.2.3 Piadas: algumas tipologias.....	27
3.3 Tradução de humor em legendagem	29
3.3.1 Temas recorrentes no humor	32
3.3.2 Recursos para construir humor e possíveis soluções tradutivas.....	33
3.3.2.1 Jogos de palavras e trocadilhos	33
3.3.2.2 Referências Culturais.....	34
3.3.2.3 Humor baseado na comunidade	35
3.3.2.4 Metáforas, símiles e comparações	35
3.3.2.5 Paródia e sátira.....	36

3.3.2.6	Variedades linguísticas	36
3.3.2.7	Ironia	37
3.4	Análise de algumas cenas	37
4.	Questionário sobre opinião do espectador	46
4.1	Análise das respostas	47
4.1.1	Análise Cena 1	53
4.1.2	Análise Cena 2	54
4.1.3	Análise Cena 3	55
4.1.4	Análise Cena 4	56
	Conclusão.....	58
	Bibliografia	60
	Filmografia	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Interface</i> principal do programa OOOna Tool (Crédito para os recursos disponibilizados pelos criadores da ferramenta OOOna Tools)	4
Figura 2 - Exemplo de <i>template</i>	5
Figura 3 - <i>Humour translation checklist</i> (proposta de Young, 2007, p. 986)	27
Gráfico 1 - Divisão do trabalho: trabalho já realizado anteriormente vs. trabalho para clientes atuais	5
Gráfico 2 - Tipo de trabalhos efetuado	6
Gráfico 3 - Faixa etária dos espectadores.....	47
Gráfico 4 - Língua materna dos espectadores.....	48
Gráfico 5 - Visionamento de filmes ou séries de comédia	48
Gráfico 6 - Línguas ouvidas pelo espectador	49
Gráfico 7 - Legendagem vs. dobragem - preferências	49
Gráfico 8 - Desativação de legendas.....	50
Gráfico 9 - Consciência de omissões na legenda.....	50
Gráfico 10 - Frequência de deteção de erros ortográficos na legenda.....	51
Gráfico 11 - Incomodidade perante erro ou omissão.....	51
Gráfico 12 - Autoclassificação do espectador do seu conhecimento de inglês	52
Gráfico 13 - Autoclassificação do espectador do seu conhecimento de italiano.....	52
Gráfico 14 - Cena 1: Preferência por legenda	53
Gráfico 15 - Cena 1: Nível de proficiência em inglês e escolha da legenda.....	54
Gráfico 16 - Cena 2: Escolha de legenda	54
Gráfico 17 - Cena 2: Nível de proficiência em inglês e escolha da legenda.....	55
Gráfico 18 - Cena 3: Preferência por legenda	55
Gráfico 19 - Cena 3: Nível de proficiência em italiano e escolha da legenda	56
Gráfico 20 - Cena 4: Preferência por legenda	56

Gráfico 21 - Cena 4: Nível de proficiência em italiano e escolha da legenda	57
---	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Post promocional do questionário nas redes sociais.....	63
Anexo 2 Página inicial questionário.....	63
Anexo 3 Página 1 do questionário	64
Anexo 4 Continuação da página 1 questionário.....	64
Anexo 5 Continuação da página 1 do questionário.....	65
Anexo 6 Continuação da página 1 do questionário.....	65
Anexo 7 Página 2 do questionário	66
Anexo 8 Continuação da página 2 do questionário.....	66
Anexo 9 Página 3 do questionário	66
Anexo 10 Continuação da página 3 do questionário	67
Anexo 11 Página 4 do questionário	67
Anexo 12 Continuação da página 4 do questionário	68
Anexo 13 Página 5 do questionário	68
Anexo 14 Continuação da página 5 do questionário	69
Anexo 15 Página 6 do questionário	69
Anexo 16 Continuação da página 6 do questionário	70
Anexo 17 Página final do questionário.....	70
Anexo 18 Links vídeos cena 1.....	70
Anexo 19 Links vídeos cena 2.....	71
Anexo 20 Links vídeos cena 3.....	71
Anexo 21 Links vídeos cena 4.....	71

Introdução

O presente relatório de estágio centra-se na tradução audiovisual, nomeadamente na legendagem de conteúdos humorísticos. O estágio curricular foi realizado na Sintagma, empresa especializada de tradução audiovisual. O trabalho consistiu na legendagem de diversos filmes e de episódios de séries de vários géneros, incluindo comédias. A escolha da análise do humor para este trabalho deveu-se, não só ao trabalho realizado no estágio curricular, mas também a um gosto pessoal na área. Apesar de não se focar apenas na legendagem de conteúdos humorísticos, o estágio também abordou a legendagem de séries de comédia.

O humor é um conceito difícil de definir, mas, apesar de ser difícil de definir, é fácil concordar no facto de que realmente existe. Tal é provado pela reação causada. Todos nós já experienciamos a reação a uma piada, por exemplo, e também já causámos essa reação em alguém. Sabemos que o humor existe porque todos já nos rimos.

A legendagem, vertente da tradução audiovisual mais explorada neste trabalho, apresenta um leque de dificuldades específicas da modalidade e não só relativas à tradução do humor. A legendagem é o tipo de tradução utilizada em média audiovisuais, como filmes e séries. O som original mantém-se, é possível continuar a ouvir o texto de partida. A legenda aparece, geralmente, no fundo do ecrã, com uma ou duas linhas e um número limite de caracteres. É um tipo de tradução em que o texto de chegada tem de ser mais curto do que o texto de partida. Então, é necessário um grande trabalho de redução textual da parte do tradutor. Isto é bastante desafiante em qualquer tipo de texto, mas é especialmente desafiante na tradução de um texto (ou, neste caso, vídeo) humorístico, uma vez que é necessário fazer a tradução do humor, que pode ser uma piada tradicional ou um comentário irónico, por exemplo, com um número de caracteres e um tempo limitado e sem recurso a notas de tradutor, para explicar qualquer tipo de diferença cultural.

O seguinte trabalho está estruturado em quatro capítulos. O primeiro aborda o estágio curricular realizado na Sintagma. É apresentada uma descrição da empresa em questão, uma listagem do trabalho realizado durante o estágio e é feita uma reflexão sobre quais as principais dificuldades sentidas.

O segundo capítulo trata a tradução audiovisual. É avançada uma breve explicação sobre o que é a tradução audiovisual e uma explicação mais aprofundada sobre dois tipos específicos: a legendagem e a dobragem.

O terceiro capítulo aborda o humor: a forma como pode ser definido e que tipos de piadas existem e como pode ser feita a sua tradução. Serão também abordadas as diferenças que existem na tradução do humor no caso específico da legendagem. São apresentadas duas teorias de tradução do humor: a *General Theory of Humor Translation*, de Attardo (2002) e a *checklist* proposta por Young (2007). A proposta de Young expande a teoria de Attardo, atribuindo à piada a ser traduzida uma lista de categorias internas e externas. Seguindo estas teorias, serão analisadas quatro cenas com momentos humorísticos: duas cenas de uma série de televisão norte americana e duas cenas de um filme italiano.

O quarto e último capítulo apresenta o ponto de vista do espectador. Neste capítulo, discute-se o questionário realizado junto do espectador para tentar perceber qual a sua opinião sobre a legendagem.

O questionário contém dois grandes grupos de perguntas: o primeiro incide sobre hábitos de consumo de conteúdos audiovisuais legendados e o segundo, sobre uma escolha entre duas legendas para a mesma cena. As cenas utilizadas são as mesmas que foram analisadas no capítulo anterior. O questionário tem como objetivo perceber se o espectador está atento às legendas que vê, ou se usa legendas sequer, e se prefere que a tradução das piadas seja feita através de uma adaptação para a língua de chegada, neste caso o português, ou através de uma tradução literal, o que pode fazer com que se perca o humor originalmente presente na legenda. As cenas escolhidas têm duas línguas de partida diferentes, o inglês e o italiano, para tentar perceber se o entendimento do espectador da língua de partida afeta ou influencia a legenda que escolhe.

O presente relatório termina com uma pequena secção de conclusões.

1. Estágio curricular

1.1 Descrição da Empresa

A Sintagma Traduções Unipessoal, Lda., fundada em 1993, é uma empresa de tradução, especializada em tradução audiovisual. Localizada em Carcavelos, é composta por uma equipa de oito pessoas, responsáveis não só pela tradução, mas também gestão de projetos, direção técnica e consultores de acessibilidade. Esta equipa é complementada por outros tradutores *freelancers*. A tradução audiovisual inclui a legendagem e a dobragem, feita para filmes e séries. No entanto, a empresa também dispõe de outros serviços, como a legendagem para surdos e a áudio descrição para o público com deficiência visual.

Para realizar estes serviços de dobragem e de áudio descrição, a Sintagma tem um estúdio próprio e uma equipa, não só de tradutores, mas também de profissionais de vídeo, fotografia, áudio, *design* e programação.

Para além da tradução audiovisual, a Sintagma dispõe de serviços de tradução técnica, realizado por profissionais especializados, e de interpretação simultânea para reuniões, congressos, convenções e cimeiras.

A formação é uma área de grande interesse para a empresa, uma vez que organiza regularmente cursos de formação de legendagem e de áudio descrição, certificados, tanto online, como presenciais. Para além destes cursos, também tem vários protocolos com diversas Universidades, para a realização de estágios curriculares.

A escolha desta empresa para a realização do estágio curricular deveu-se à não existência de uma unidade curricular de tradução audiovisual no programa do Mestrado em Tradução e a um grande interesse pessoal na área. Assim, para perceber como este tipo de tradução é realizado e quais as competências necessárias para tal, decidi optar por uma empresa especializada em tradução audiovisual, nomeadamente na legendagem.

1.2 Trabalho realizado

O estágio curricular iniciou em janeiro de 2021 e terminou em fevereiro do mesmo ano, totalmente em teletrabalho, com uma duração de 300 horas. O *software* utilizado para todo o trabalho de legendagem foi o OOna Tools. O trabalho foi todo realizado *online*, com uma interface bastante intuitiva e fácil de aprender. No primeiro dia do estágio, um dos colaboradores, através de chamada de vídeo, mostrou-me o *software*, como funcionava e como aceder ao programa.

Criado em 2012, o OOna Tools é um programa em nuvem para gerir tradução e legendagem. É fácil criar ou editar legendas em diversas línguas, tudo online. É possível tanto criar as legendas, como utilizar um *template* e realizar apenas a tradução. Como todo o programa funciona em nuvem, não é necessário descarregar nenhum ficheiro e é possível utilizar qualquer computador.

Na imagem seguinte, a figura 1, é possível ver a *interface* principal do *software*. À esquerda, aparece o vídeo que se quer legendar. À direita a lista de legendas criadas, com os tempos de entrada e saída e o texto da legenda. Em baixo, a *timeline* que mostra o tempo do vídeo, a linha de som e os blocos das legendas criadas. Quando um destes blocos aparece a vermelho, como podemos ver na imagem, quer dizer que existe um erro com o número de caracteres ou com a velocidade de leitura da legenda, por exemplo.

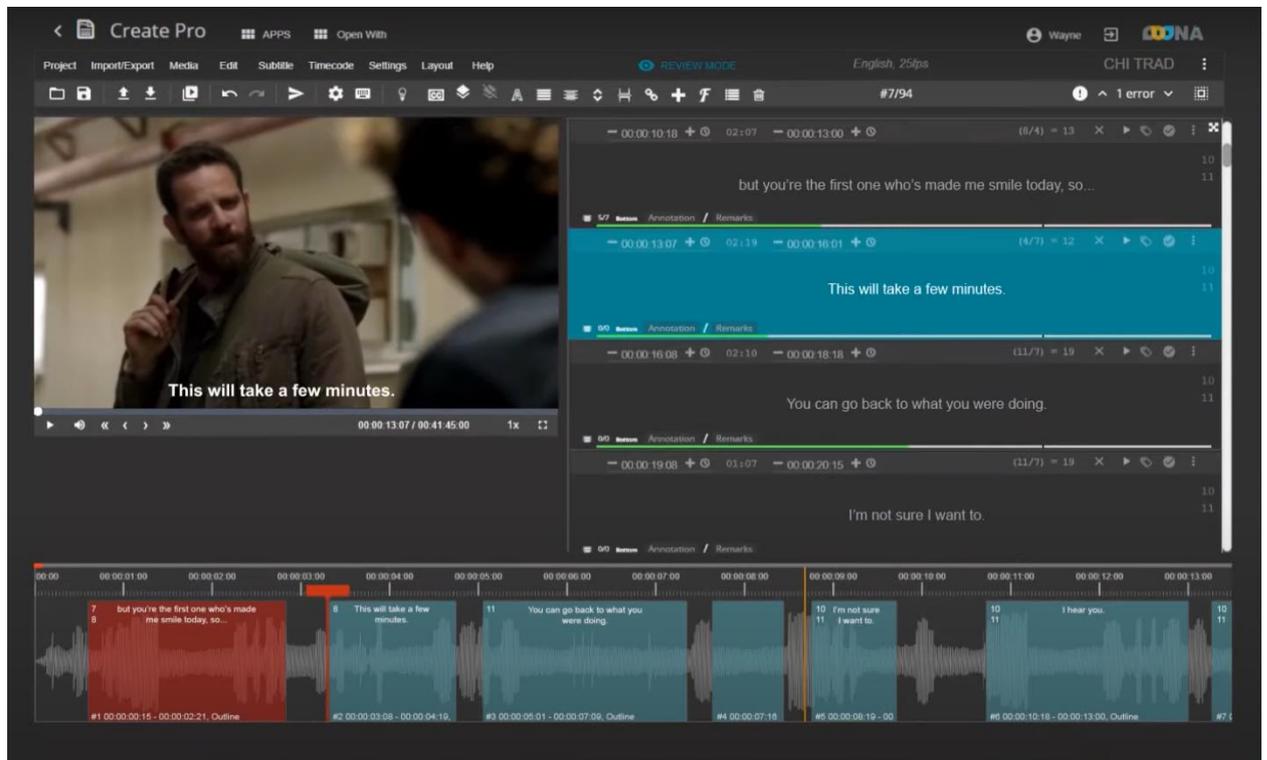


Figura 1 - *Interface* principal do programa OONa Tool (Crédito para os recursos disponibilizados pelos criadores da ferramenta OONa Tools)

Parte do trabalho realizado foi de legendagem e de tradução de vídeos de diversas séries que já tinham sido legendados anteriormente. Isto permitiu-me aprender a utilizar o software e as regras da legendagem, abordadas nos capítulos seguintes deste relatório. Este tipo de trabalho incluiu diversos géneros de séries de televisão e diversos tamanhos de vídeo. Legendei séries de comédia, de ficção científica, documentários, com vídeos que iam desde os cinco minutos até aos sessenta minutos.

No entanto, também realizei trabalho para clientes atuais, ou seja, que ainda iria ser apresentado em televisão ou usado para futura tradução. Este trabalho, para além da legendagem e da tradução do conteúdo, também incluiu a transcrição e a criação de *templates*. Um *template* é o documento que contém os tempos de entrada e de saída da legenda (ou seja, o momento em que a legenda aparece e desaparece do ecrã) e pode conter ou não a transcrição do que é dito no vídeo. Este *template* pode existir como um ficheiro separado ou como um ficheiro que pode ser carregado para o *software* diretamente. Neste segundo caso, os tempos das legendas e a tradução, se existe, aparecem diretamente no vídeo com que se está a trabalhar.

A figura 2 mostra um exemplo de *template* utilizado no decorrer do estágio curricular. Neste caso em particular, os tempos de entrada e a tradução referem-se às intervenções do narrador do documentário. Apenas as intervenções do narrador eram assinaladas e traduzidas no *template*; as

restantes intervenções eram traduzidas como legendas e aparecem assinaladas como tal no documento criado.

00:00:24

O urso polar. O maior e mais perigoso carnívoro do mundo. Eu sou o Gordon Buchanan e passei duas décadas a filmar predadores em locais rigorosos. Agora, estou no Ártico, para tentar chegar o mais perto possível de ursos polares.

LEGENDAS

00:00:52

Mas este é o projeto mais difícil até agora.

LEGENDAS

00:01:06

Tenho estado a seguir uma família de ursos polares, a Lyra e a sua cria Miki, para perceber como vivem.

LEGENDAS

Figura 2 - Exemplo de *template*

Apesar de ter começado com trabalho que já tinha sido realizado anteriormente, também para poder aprender a utilizar o *software*, a maior parte do trabalho realizado era para clientes atuais e para transmissão, como se pode ver no gráfico 1.

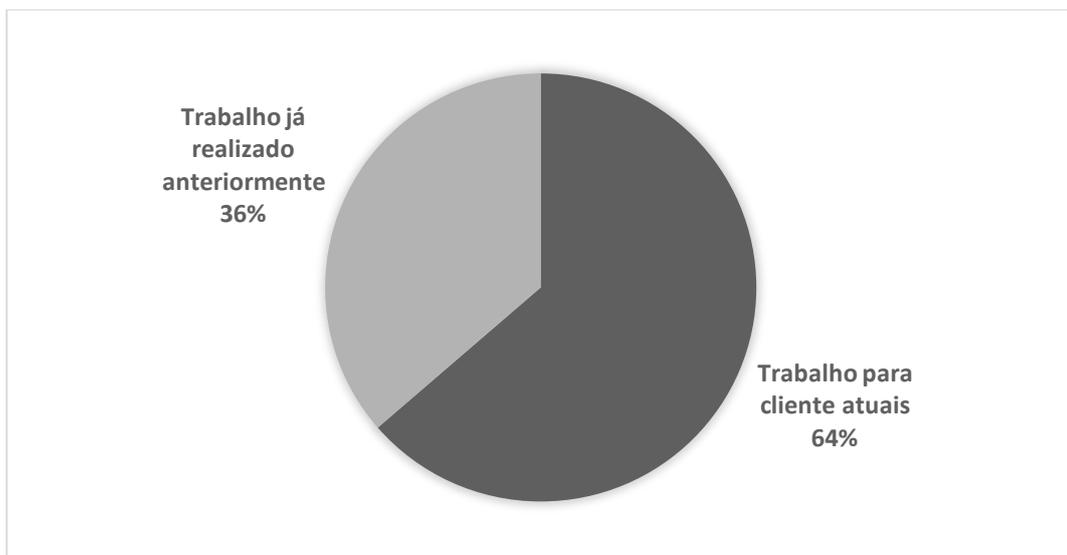


Gráfico 1 - Divisão do trabalho: trabalho já realizado anteriormente vs. trabalho para clientes atuais

A totalidade do trabalho dividiu-se entre a realização de legendas e tradução, criação de *templates* e criação de transcrições. Realizei principalmente a legendagem e tradução de conteúdos, em que eu própria criava os tempos de entrada e saída para a legenda e realizava a tradução do que estava a ser dito. A criação de *templates* consistiu na criação de um ficheiro de legendas com os tempos de entrada e saída da legenda, mas sem a realização de tradução ou transcrição do que estava a ser dito. A criação de transcrições consistiu na criação de um ficheiro com tempos de entrada e saída da legenda com a transcrição do que estava a ser dito no vídeo. A figura 2 mostra a divisão entre estes três tipos de trabalho.

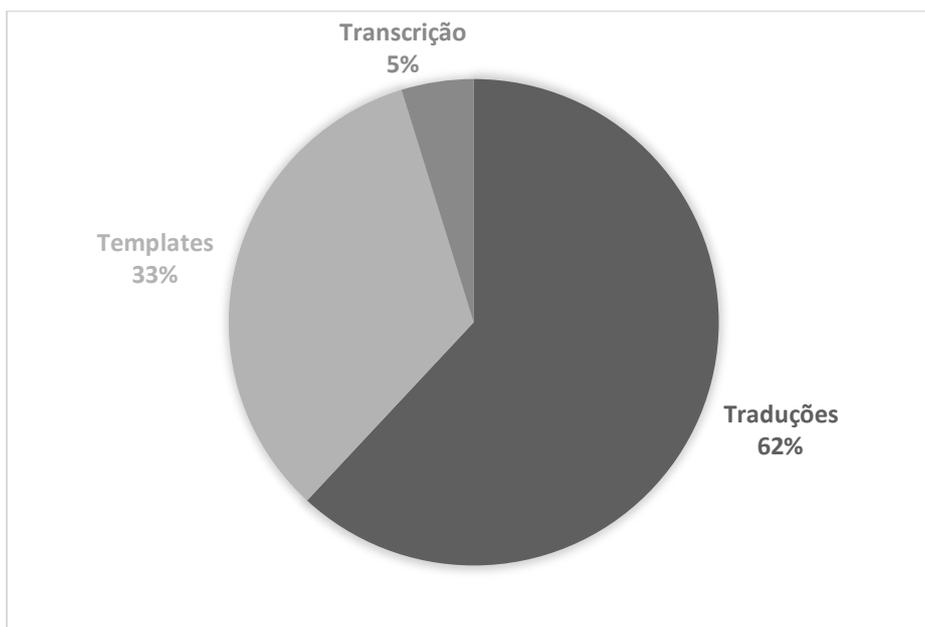


Gráfico 2 - Tipo de trabalhos efetuado

Dos 21 projetos totais realizados, 13 foram de legendagem e tradução. A seguinte tabela dá conta das características desses projetos:

Projeto	Género	Duração	Trabalho realizado anteriormente ou para um cliente atual?	Parâmetros de legendagem	Notas
1	Animação	5 minutos	Realizado anteriormente	Sem parâmetros definidos	Trabalho realizado com o objetivo de aprender a utilizar o <i>software</i> de legendagem.
2	Comédia	10	Realizado	<ul style="list-style-type: none"> 37 caracteres por linha 	Trabalho

		minutos	anteriormente	<ul style="list-style-type: none"> • Duração mínima de 1:05 segundos • Duração máxima de 5:20 segundos • Intervalo mínimo entre legendas de 3 <i>frames</i> 	realizado para aprender a definir os parâmetros de legendagem no <i>software</i> .
3	Documentário	55 minutos	Realizado anteriormente		Legendagem realizada no <i>software</i> , mas o diálogo do narrador foi traduzido para um ficheiro <i>Word</i> com a indicação do tempo de início.
4	<i>Reality Show</i> (competição de culinária)	20 minutos	Realizado anteriormente	<ul style="list-style-type: none"> • 37 caracteres por linha • 4 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Duração mínima de 1:05 segundos • Duração máxima de 7:00 segundos • Velocidade de leitura de 17 caracteres por segundo • Uso de itálicos apenas em estrangeirismos • Subir a legenda no caso de haver texto de ecrã • Deixar uma legenda vazia no final com 1:12 segundos de duração 	Acesso ao guião.
5	Comédia, Animação	20 minutos	Realizado anteriormente	<ul style="list-style-type: none"> • 42 caracteres por linha • 3 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Duração mínima de 1:00 segundo • Duração máxima de 6:00 segundos • Velocidade de leitura de 17 caracteres por segundo • Subir a legenda até ao 	Acesso ao guião.

				<p>topo se necessário</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso convencional de itálicos 	
6	Ficção científica	15 minutos	Realizado anteriormente	<ul style="list-style-type: none"> • 42 caracteres por linha • Duração mínima de 20 <i>frames</i> • Duração máxima de 7:00 segundos • 2 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Velocidade de leitura de 17 caracteres por segundo • A legenda devia acabar 12 <i>frames</i> antes da mudança de plano <ul style="list-style-type: none"> • A legenda podia ultrapassar 12 <i>frames</i> depois do fim do áudio 	Acesso ao guião
7	Fantasia	40 minutos	Cliente atual	<ul style="list-style-type: none"> • 37 caracteres por linha • Duração mínima de 1:04 segundos • Duração máxima de 6:00 segundos • 3 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Velocidade de leitura de 17 caracteres por segundo 	Acesso ao guião
8	Fantasia	40 minutos	Cliente atual	<ul style="list-style-type: none"> • 37 caracteres por linha • Duração mínima de 1:04 segundos • Duração máxima de 6:00 segundos • 3 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Velocidade de leitura de 17 caracteres por segundo 	Acesso ao guião
9	<i>Talk-show</i>	20 minutos	Realizado anteriormente	<ul style="list-style-type: none"> • 40 caracteres por linha • Duração mínima de 1:03 segundos • Duração máxima de 6:00 segundos • 3 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Velocidade de leitura de 18 caracteres por segundo • Legendas deviam acabar 	Acesso ao guião

				<p>na mudança de plano ou então deviam exceder 10 <i>frames</i> a mudança de plano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nomes de filmes e séries entre aspas 	
10	Fantasia	40 minutos	Cliente atual	<ul style="list-style-type: none"> • 37 caracteres por linha • Duração mínima de 1:04 segundos • Duração máxima de 6:00 segundos • 3 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Velocidade de leitura de 17 caracteres por segundo 	Acesso ao guião
11	Histórico	1 hora	Realizado anteriormente	<ul style="list-style-type: none"> • 37 caracteres por linha • Duração mínima de 1:05 segundos • Duração máxima de 6:00 segundos • 3 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Incluir texto de ecrã se for relevante 	Tradução realizada a partir de um <i>template</i> com a tradução em inglês; língua de partida era sueco
12	Documentário policial	40 minutos	Cliente atual	<ul style="list-style-type: none"> • 36 caracteres por linha • Duração mínima de 1:05 segundos • Duração máxima de 5:20 segundos • 4 <i>frames</i> de intervalo entre legendas • Velocidade de leitura de 18 caracteres por segundo • Não traduzir oráculos 	
13	Conteúdo de marketing	1 minuto	Cliente atual	<p>Não definidos, uma vez que já existia <i>template</i> com tempos de entrada e saída das legendas.</p>	Legendagem e tradução realizada através de <i>template</i> ; localização do texto de ecrã em documento <i>Word</i>

Dos 21 projetos, 7 foram de criação de *templates*. Neste caso, todos os projetos foram realizados para clientes atuais.

Projeto	Género	Duração	Notas
1	Formação	30 minutos cada vídeo	Três vídeos. Formação <i>online</i> sobre respeito e integridade e <i>allyship</i> . Criação de <i>template</i> apenas com os tempos de entrada e de saída da legenda.
2	Marketing	Menos de 1 minuto cada vídeo	Cinco vídeos. Material de marketing de uma série por estrear. Criação de <i>template</i> apenas com os tempos de entrada e de saída da legenda.
3	Marketing	Menos de 1 minuto	Conteúdo de marketing de uma série por estrear. Criação de <i>template</i> apenas com os tempos de entrada e de saída da legenda.
4	Trailer	2 minutos	Criação de <i>template</i> apenas com os tempos de entrada e de saída da legenda.
5	Marketing	Menos de 1 minuto	Criação de <i>template</i> apenas com os tempos de entrada e de saída da legenda.
6	Documentário	40 minutos	Criação de <i>template</i> com os tempos de entrada e de saída da legenda e transcrição.
7	Formação	Entre 9 e 14 minutos	Quatro vídeos. Criação de <i>template</i> com os tempos de entrada e de saída da legenda e transcrição.

Da totalidade de projetos realizados, apenas um foi só de transcrição. Este trabalho foi realizado para um cliente atual da empresa. Realizei a transcrição de três excertos de uma série de animação. Foi fornecido um *template* com os tempos de entrada e saída da legenda e uma tradução em inglês, apesar de os três vídeos serem em português. Realizei a transcrição da dobragem e ajustei os tempos das legendas fornecidas. Neste caso, os parâmetros estabelecidos pelo cliente eram: 37 caracteres por linha; 2 *frames* de intervalo entre legendas; duração mínima da legenda de 1:00 segundo; duração máxima da legenda de 6:00 segundos; velocidade de leitura da legenda de 17 caracteres por segundo.

1.3 Feedback do trabalho realizado e principais dificuldades

Todos os trabalhos realizados foram comentados, através de chamada de vídeo ou de mensagem. Isto foi especialmente importante, uma vez que foi a primeira vez que realizei legendagem. Os comentários recaíam sobre a parte técnica da legendagem, sobre como utilizar o *software*, e sobre a qualidade da tradução, indicando ainda qualquer erro de sintaxe. Foi dada especial ênfase por parte da empresa aos comentários e *feedback* de todo o trabalho realizado.

As principais dificuldades que senti foram o ter de aprender a utilizar um *software* completamente novo, o ter de aprender regras novas sobre legendagem, como a redução textual, uma vez que este foi o meu primeiro contacto com a legendagem, e o ter de lidar com os reais prazos de entrega de projetos uma vez que os trabalhos realizados no contexto das unidades curriculares do mestrado tinham um prazo mais dilatado.

Outra dificuldade, embora não relacionada com o tipo de trabalho, foi a realização do estágio em teletrabalho. Devido à pandemia, todo o trabalho foi realizado à distância. Apesar de ser um tipo de trabalho que presta a ser realizado nesta modalidade, não foi possível conhecer um contexto de trabalho presencial, com uma equipa de tradutores e revisores. No entanto, durante toda a realização do estágio houve sempre apoio por parte da empresa e, apesar da distância, existia comunicação sempre que necessário.

Concluindo, toda a experiência deste estágio curricular foi muito proveitosa e muito importante para uma futura carreira na área da tradução.

2. Tradução Audiovisual

A expressão Tradução Audiovisual funciona como um termo genérico para um tipo de tradução específica em que o texto de partida é oral e visual. O texto de partida é, neste caso, um filme, uma série, um documentário, etc., e funciona com base em suportes semióticos próprios, em que existe a conjugação simultânea do visual e do áudio. A componente áudio não se restringe apenas a diálogos, mas inclui sons não verbais como barulhos de fundo, efeitos sonoros, música, entre outros. Então, a tradução audiovisual visa a transferência deste suporte áudio para outra língua. Os tipos mais comuns de tradução audiovisual são a legendagem e a dobragem, apesar de não serem os únicos (Chiaro, 2009, pp. 141–142). O que torna este tipo de tradução especialmente desafiante é precisamente a presença dos códigos áudio e visual, que funcionam juntos. Apesar de a tradução afetar e alterar a vertente áudio, o diálogo das personagens, a componente visual, a imagem do filme ou da série, continua intacta (Chiaro, 2009, p. 155). Assim, mesmo sendo possível fazer a tradução do diálogo, é necessário ter em conta que a imagem não vai mudar para o público-alvo da tradução.

A invenção do cinema foi a maior inovação da comunicação audiovisual. Mais tarde, a televisão também influenciou muito a comunicação audiovisual. No entanto, foi a internet que impulsionou a comunicação e a tradução audiovisuais a uma escala global (Díaz Cintas, 2020, pp. 632–633). A internet favorece a legendagem a outros tipos de tradução audiovisual, uma vez que é a forma de tradução audiovisual mais rápida e barata (Díaz Cintas, 2020, p. 634), como veremos de seguida.

Outros tipos de tradução audiovisual, para além da legendagem e da dobragem, incluem a interpretação, a sobreposição de vozes, a narração, o comentário, a difusão multilingue, a sobrelegendagem, e a tradução simultânea (Veiga, 2006, p. 45). Na interpretação, consecutiva ou simultânea, o intérprete faz a tradução do que é dito pelo orador ou depois do discurso (interpretação consecutiva) ou ao mesmo tempo que o orador (interpretação simultânea). A interpretação pode ser feita para outra língua oral ou para uma língua gestual. A sobreposição de vozes, em que se ouve uma voz sobreposta ao som original, a qual continua sempre ligeiramente atrás do som original, como o caso do *lektor*, usado na Polónia, por exemplo, em que é apenas uma pessoa que dá voz a todas as personagens (geralmente uma voz masculina), é também uma técnica usada em documentários sobre vida selvagem ou em documentários históricos e também em reportagens de notícias (Chiaro, 2009, p. 152). A narração traduz e condensa o texto a ser lido por um profissional, mas, neste caso, sem um desempenho mais teatral ou cinematográfico, o narrador cinge-se apenas à narração do texto. O comentário permite uma adaptação do texto ao público-alvo e é possível adicionar ou remover informação, consoante o público. É uma modalidade mais usada em programas destinados a crianças, por exemplo. A difusão multilingue permite que seja o espectador a selecionar a língua para a qual o filme ou série foi legendado ou dobrado. Tornou-se mais comum com o aparecimento do DVD em que se pode selecionar a língua desejada. Na sobrelegendagem, usada no teatro, o texto traduzido aparece num ecrã por cima do palco. Ao contrário da legendagem, a sobrelegendagem deve ter apenas uma linha de texto. Na tradução simultânea, usada mais frequentemente em festivais de cinema, por exemplo, é feita a tradução a partir de um guião ou de um trabalho de legendagem (Veiga, 2006, pp. 51–54).

2.1 Legendagem

A legendagem pode ser definida como a transformação, numa outra língua, de uma mensagem verbal de um meio de comunicação fílmico, através do uso de uma ou mais linhas de texto no fundo da imagem, ao mesmo tempo que a mensagem original é dita no ecrã (Díaz Cintas, 2020, p. 634). A função principal da legenda é transmitir o diálogo do conteúdo audiovisual. No entanto, também pode transmitir outra informação, como informação escrita no ecrã ou barulho de fundo (Hillman, 2011, p. 1).

Quando surge o cinema, aparece, também, a primeira versão da legenda: o intertítulo. No cinema mudo, o intertítulo era um cartão de texto que aparecia entre imagens, com uma linha de diálogo das personagens. Apesar de interromperem a imagem do filme, tal metodologia evitava o problema da existência de dois canais de informação como acontece atualmente, ou seja, a imagem e o diálogo não ocorriam simultaneamente. O intertítulo facilitava a tradução para outras línguas, uma vez que o cartão na língua de partida era facilmente substituído por outro com a tradução na língua de chegada (Hillman, 2011, pp. 1–2).

Mas a legenda só se torna mais proeminente no cinema quando o diálogo passa a ser falado. Tornou-se, também, cada vez mais notável com o aparecimento do DVD, que permite a existência de várias línguas de legendagem e a distribuição global do conteúdo audiovisual (Hillman, 2011, p. 1). Então, devido ao aparecimento de novos meios de divulgação do conteúdo audiovisual, existe uma distinção entre legendas abertas (*open captions*), que existem, por exemplo, no cinema, que não se podem desligar e as legendas fechadas (*closed captions*) que existem nos DVD e serviços de *streaming*, que se podem ligar ou desligar, de acordo com a opção do espectador (Chiaro, 2009, p. 150).

Não foi apenas o uso da legenda que sofreu diversas alterações; também o perfil do tradutor-legendador mudou. Este profissional não precisa apenas de competência linguística, de sensibilidade cultural e de conhecimento sobre o assunto; precisa, também, de uma maior capacidade técnica e, cada vez mais, de maior familiaridade com diferentes *softwares* de legendagem (Díaz Cintas, 2020, p. 634). O tradutor-legendador tem, para além disso, uma grande responsabilidade cultural, uma vez que a legenda tem uma posição de poder semelhante à interpretação simultânea do ponto de vista cultural (Hillman, 2011, p. 8).

2.1.1 Vantagens e desvantagens da legendagem

A legendagem tem vantagens e desvantagens a si associadas. A vantagem principal é que o som original e a língua de partida permanecem iguais. Como a língua de partida continua igual, o diálogo original continua acessível ao espectador, uma vantagem principalmente para os espectadores que entendem a língua de partida. Para os espectadores que não entendem a língua de partida, a presença das legendas pode auxiliar a aprendizagem de uma língua estrangeira: aliás, por vezes, trata-se até de um método utilizado em contexto de sala de aula (Chiaro, 2009, p. 150). A presença de legendas permite, também, que as pessoas presentes em documentários de natureza etnográfica possam manter a sua voz, permite que tenham direito a serem ouvidas, em vez de a sua voz ser ‘substituída’ por uma outra voz. Assim, a legendagem transmite um ponto de vista étnico e não só narrativo (Hillman, 2011,

p. 5). Outra grande vantagem da escolha da legendagem é o facto de ser um processo mais rápido que o da dobragem, por exemplo, e, por isso, ser também mais barato.

No entanto, a presença do diálogo original também pode ser uma desvantagem para a legendagem, uma vez que limita as escolhas do tradutor (Chiaro, 2009, p. 150), já que o espectador está sempre a ouvir o diálogo original. Assim, quando o espectador entende a língua de partida, quando ouve alguma palavra ou expressão pode estar à espera de uma tradução. Aparecendo outra escolha de palavra ou expressão, o espectador pode achar que é um erro e não uma escolha mais criativa da língua de chegada. Outra grande desvantagem da legendagem é o maior esforço exigido do telespectador, ao ouvir e ler ao mesmo tempo. O facto de a legenda ser adicionada ao texto oral e não se tratar de uma substituição torna a legenda um tipo único de tradução, uma vez que é língua falada transformada em língua escrita, ao contrário da tradução escrita ou da interpretação, que utilizam apenas um texto escrito ou falado, respetivamente. Isto acarreta algumas consequências, nomeadamente o facto de que elementos considerados inaceitáveis em língua escrita, tais como hesitações ou linguagem tabu, entre outros, sejam omitidos na versão legendada. Então, o telespectador pode ouvir o diálogo original, e compreendê-lo, caso conheça a língua, mas as legendas que vai ler serão distantes desse original, uma vez que conterão omissões (Chiaro, 2009, p. 151).

Este processo de condensação do diálogo original é uma das maiores desvantagens do processo de legendagem. Para além disso, também aparecem durante tempo limitado no ecrã (Chiaro, 2009, p. 155). Este processo de redução ocorre principalmente com redundâncias no diálogo, o que pode mudar a percepção da personagem pelo telespectador (Hillman, 2011, p. 4).

Assim, apesar de a legenda manter o diálogo original acessível ao telespectador, o processo de redução, inevitavelmente associado à legendagem, obriga ao consumo de um conteúdo com omissões, que podem levar a uma interpretação errada das personagens.

Esta redução de texto, que ocorre obrigatoriamente, na legendagem resulta de algumas características do processo de legendagem, como iremos ver de seguida.

2.1.2 Características técnicas do processo de legendagem

Ao contrário de outros tipos de tradução escrita, para a legendagem é necessário dominar uma série de características técnicas. Estas características abarcam tanto o *software* utilizado, quanto as estratégias utilizadas na tradução. Um dos aspetos mais particulares da legendagem é a redução do texto, devido ao problema do espaço e do tempo de leitura da legenda. Neste âmbito, Veiga (2006, p. 89) aponta algumas estratégias usadas frequentemente na legendagem que facilitam a redução do texto de partida:

- O emprego de uma palavra ou termo mais genérico;
- a utilização de uma palavra semanticamente mais neutra;
- a substituição cultural;
- o uso de empréstimos linguísticos;
- a redução total ou condensação;
- a implementação de breves descrições (paráfrase, explicitação).

Os processos de redução de texto mais comuns usados na legendagem são a eliminação, a interpretação (*rendering*) e a simplificação (Chiaro, 2009, p. 148). A eliminação consiste na remoção de elementos que não modificam o diálogo original, por exemplo, hesitações, redundâncias ou qualquer tipo de informação que possa ser percebido através do elemento visual. A interpretação consiste na adaptação de linguagem corrente, dialetos ou linguagem tabu da língua de partida para a língua de chegada. Ou seja, expressões de linguagem corrente não devem ser traduzidas literalmente; deve ser usada uma expressão corrente da língua de chegada equivalente à original. O mesmo com dialetos ou linguagem tabu que apareçam no original. A simplificação consiste na condensação da sintaxe original, para tornar o processo de leitura mais confortável e menos oneroso. Estes são os processos mais comuns usados para facilitar a redução; de facto, o texto da legenda tem de ser mais curto do que o áudio original, pois é necessário dar tempo ao espectador para conseguir ler a legenda.

Para além destes processos de redução textual exigidos pela legendagem, existem, também, critérios técnicos para a localização das legendas. Normalmente, estas aparecem no fundo do ecrã, num máximo de duas linhas, contendo cada uma delas entre 37 e 40 caracteres, sendo os caracteres normalmente brancos, com a possibilidade de terem um fundo mais escuro. No entanto, para o cinema, as linhas de legendagem são mais extensas e permitem mais caracteres, relativamente às legendas feitas para televisão, possivelmente por se esperar que o espectador no cinema tenha um maior nível de concentração do que o espectador em casa e por ser maior o ecrã usado no cinema (Chiaro, 2009, p. 149). Estas limitações decorrem, também, da tentativa de ser o menos intrusivo possível na experiência de visualização e devido ao facto de a compreensão escrita ser mais lenta do que a compreensão oral do espectador. A legenda não pode impedir o espectador de prestar atenção ao conteúdo visual (Hillman, 2011, p. 4). A legenda deve aparecer no ecrã o tempo suficiente para poder ser lida confortavelmente pelo espectador; este tempo pode ir de um a seis segundos, dependendo do número de caracteres e de linhas. Devem, também, aparecer apenas durante o tempo correspondente ao diálogo que está a ser dito e não ultrapassar este tempo para não reduzir ainda mais a legenda seguinte. Se a legenda aparecer no ecrã durante demasiado tempo, o espectador tem tendência a reler várias vezes a mesma legenda, o que não leva a uma melhor compreensão (Chiaro, 2009, p. 149). Este tipo de limitações é geralmente ditado pelo cliente que pede a legendagem, podendo existir especificações diferentes dependendo do cliente e do filme ou série a ser legendado.

É frequentemente necessário separar uma frase em duas linhas, durante a legendagem. Para tal, o tradutor necessita de um grande conhecimento sintático da língua. Veiga (2006, pp. 93–94) apresenta sete regras para lidar com a segmentação de frases em legendagem:

1. Respeitar o ritmo do filme, refletindo os efeitos requeridos (surpresa, hesitação...).
2. Relevar a segmentação sintático-semântica, relegando para segundo plano a distribuição simétrica linear.
3. Separar o sujeito do predicado apenas em frases simples apresentadas bilinearmente.
4. Evitar dividir o verbo dos seus complementos, um substantivo do artigo, um adjetivo do nome que lhe corresponde, etc.
5. Evitar a divisão de orações em duas linhas (tanto nas orações coordenadas como nas frases subordinadas, a segmentação deve localizar-se antes da conjunção).
6. Substituir, quando possível, substantivos longos por pronomes (mantendo a coesão).
7. Empregar letra minúscula na continuidade de uma legenda cuja frase ficou incompleta.

Não é só a tradução que tem de ser reduzida. Os sinais de pontuação também são submetidos a processos de redução, de modo a não saturar o registo escrito e provocar problemas de leitura (Veiga, 2006, p. 94). Para a realização do estágio curricular, recebi um documento a explicar como utilizar a pontuação na legendagem. O travessão é utilizado para indicar o início de cada fala de personagens diferentes. Para indicar citações são usadas as aspas. O uso da vírgula também é mais restrito, optando-se por utilizá-la apenas nos casos em que é obrigatória. O uso de parêntesis é muito raro, sendo usado mais quando é necessária uma nota de tradutor, acontecimento invulgar na legendagem. O uso do ponto de interrogação não sofre muitas alterações; já o ponto de exclamação é usado de forma mais restrita e seguindo apenas a entoação das personagens e não qualquer indicação de algum guião fornecido. O uso de itálico ajuda a distinguir diferentes vozes, como, por exemplo, o narrador das demais personagens, ou a voz que vem de uma televisão, de um rádio ou de uma personagem que não aparece no ecrã; serve ainda para indicar um monólogo interior, para assinalar o uso de empréstimos linguísticos, para enfatizar informação ou, até, para realçar um erro propositado (Veiga, 2006, pp. 94–95). Assim, a pontuação funciona de forma a tornar o texto o mais perceptível possível na primeira leitura da legenda, uma vez que o espectador não terá outra hipótese de a reler. A legenda deve ser completamente processada pelo espectador na primeira e única leitura.

2.1.2.1 Um caso específico de legendagem: as *Fansubs*

Uma *fansub* é uma legenda criada voluntariamente por fãs de determinados programas de televisão. Começaram por ser criadas para programas de *anime* japoneses, mas já se expandiram e aparecem em programas e línguas de partida diferentes. A criação de legendas com este método implica trabalho de equipa e divisão de tarefas. Normalmente, o tradutor faz a sincronização da legenda e a tradução completa do filme ou do episódio. No caso da *fansub*, a sincronização e tradução são realizadas por pessoas diferentes, podendo acontecer, por vezes, uma divisão do trabalho de tradução entre duas ou mais pessoas diferentes.

Este tipo de legenda destaca-se por ser mais arrojada e seguir menos convenções. Um dos exemplos mais proeminentes é o diferente uso de posicionamento e cor das legendas. Isto serve para diferenciar as diferentes vozes das personagens. Ou seja, legendas do diálogo de diferentes personagens podem aparecer com cores diferentes e em diferentes partes do ecrã, provavelmente no local em que a personagem aparece no ecrã. É também comum o uso de notas de tradutor ao longo do episódio para esclarecer questões culturais. Os autores das legendas também têm mais visibilidade do que os tradutores tradicionais, uma vez que são todos creditados no episódio (desde as pessoas que fazem a sincronização aos tradutores) (Díaz Cintas, 2020, pp. 636–637).

Estes grupos de *fansubbers* são geralmente motivados pela crença na distribuição grátis de legendas de fãs para fãs. Apesar de o seu aparecimento ter ocorrido na década de 90, recentemente ganharam maior visibilidade graças à internet e ao aparecimento de *software* de legendagem gratuito. Assim, as legendas são divulgadas em *sites* de fãs das séries ou filmes ou *sites* de *streaming* ilegais.

O maior problema das *fansubs* é o facto de serem ilegais, uma vez que infringem o *copyright* do programa original. Por esta razão, são ainda um grande problema ético no mundo da legendagem (Díaz Cintas, 2020, p. 637). Outro problema é a forma como este tipo de legendas é realizado; normalmente,

trata-se de espectadores e fãs e não de tradutores profissionais. Por essa razão, a revisão não é tão criteriosa e é normal as legendas serem divulgadas com erros ortográficos, de sintaxe ou de tradução.

Atualmente, as *fansubs* existem para uma grande diversidade de programas de televisão e filmes, de diversos gêneros, e depois estão disponíveis na internet (Chiaro, 2009, pp. 151–152). O seu uso já não é limitado apenas a *anime*. É possível encontrar este tipo de legendas não só para os filmes e séries mais famosos e com maiores audiências, mas também para filmes e séries menos conhecidos e com um menor número de fãs.

2.1.2.2 O caso da legendagem para a comunidade surda

Apesar de estarmos sobretudo familiarizados com a legendagem como uma forma de tradução de uma língua para outra, para a comunidade surda (independentemente do país de origem) a legendagem existe como uma forma de acessibilidade. Em vez de ser realizada uma tradução para outra língua, a legenda apresenta uma transcrição na língua de partida. Esta necessidade é, cada vez mais, vista como um problema ético que precisa de ser resolvido. Por exemplo, a *British Broadcasting Company*, BBC, comprometeu-se a transmitir 100% da sua programação com legendas para a comunidade surda, o que se tornou uma realidade em 2008.

Apesar de ser semelhante à legendagem para tradução, a legendagem para a comunidade surda apresenta algumas diferenças. Um bom exemplo destas diferenças é o uso da cor. Tal como é comum em *fansubs*, este tipo de legendagem utiliza a cor para distinguir as diferentes vozes que aparecem nos programas de televisão ou filmes ou para dar ênfase a certas palavras ou expressões (Hillman, 2011, p. 3). Uma outra possibilidade é a de poderem também aparecer menções a outros barulhos de fundo, ou seja, música de fundo ou qualquer outro som não verbal relevante para o filme ou série.

A legendagem em tempo real é também usada na legendagem para a comunidade surda. A este propósito, leiam-se as palavras de Chiaro (2009, p. 154) “whether inter- or intra-lingual, real-time subtitles are produced with a speaker/interpreter who reads and reduces and, in the case of interlingual subtitles, translates speech flow in the original language while a stenographer creates the subtitles”.

2.1.3 Avanços tecnológicos na área da legendagem

Como vimos anteriormente, a legenda aparece quase ao mesmo tempo que o cinema com o uso do intertítulo. No entanto, a sua evolução foi lenta. A primeira preocupação na evolução da legendagem foi a da modernização dos métodos de criação de legendas, com a gradação da legenda no próprio filme até à criação de *softwares* digitais. Atualmente, a preocupação está na criação de novos e mais potentes *softwares* para a criação de legendas (Díaz Cintas, 2020, p. 633).

Ao contrário de outras áreas da tradução, o uso de memórias de tradução ou *machine translation* ainda não é comum na legendagem e os avanços tecnológicos nesta área têm sido poucos. No entanto, onde se verificam mais avanços tecnológicos é na parte da sincronização de legendas, ou seja, no que

toca aos tempos em que aparece a legenda no filme ou no episódio. Atualmente, o *software* de legendagem já mostra automaticamente as mudanças de plano, mostra uma *timeline* com uma linha de áudio (que mostra as mudanças de volume do conteúdo, o que torna mais fácil a diferenciação entre música de fundo e diálogo, por exemplo). A presença desta *timeline* ajuda imenso o processo de legendagem e de sincronização (Díaz Cintas, 2020, p. 636).

No entanto, o uso de CAT-Tools não é comum na legendagem, uma vez que não existe uma função de criação de glossários ou memórias de tradução nos programas de legendagem. Um dos motivos pelos quais ainda não é prática corrente é pelo facto de a tradução de géneros audiovisuais não ter grandes níveis de repetição lexical. Mas com a integração de uma função de busca no *software*, o tradutor poderia procurar ou documentar o léxico utilizado sem ter de sair do *software* de legendagem. Isto não só pouparia tempo ao tradutor, como também aumentaria a consistência em terminologia. A possibilidade de criação de glossários seria útil para o trabalho com conteúdo com vários episódios, em que podem existir várias pessoas diferentes a traduzir (Díaz Cintas, 2020, p. 641). Então, uma das vantagens mais evidentes do possível uso de glossários ou memórias de tradução na legendagem seria a consistência de vocabulário em séries com muitos episódios e, possivelmente, com muitos tradutores diferentes. Apesar de os géneros audiovisuais não serem, normalmente, muito complexos em termos de léxico ou vocabulário, por se tratar na grande maioria de filmes ou séries de entretenimento ficcionais, cada vez mais existem filmes ou séries documentais com vocabulário complexo; nestes casos, o possível uso de funcionalidades normais de CAT-Tools também seria uma vantagem no processo de tradução e legendagem, para manter a consistência entre episódios e reduzir o tempo de pesquisa e da tradução.

Assim, as memórias de tradução, apesar de muito usadas e muito úteis na tradução escrita, não existem com a mesma universalidade em programas de tradução audiovisual. Como a tradução audiovisual tem mais aspetos em comum com a tradução literária, por exemplo, do que com a tradução especializada, pode ser considerado que as memórias de tradução não sejam tão úteis. No entanto, o conteúdo audiovisual continua a evoluir. Não existe apenas conteúdo audiovisual de entretenimento, que não tem um alto grau de especialização ou de repetição lexical; também existe conteúdo audiovisual educacional ou científico, por exemplo. Neste caso, a utilização de uma memória de tradução seria muito útil para manter consistência lexical (Díaz Cintas, 2020, p. 638).

O uso de automatização de legendagem é, também, cada vez mais frequente, principalmente por empresas como o YouTube. A pensar principalmente em pessoas da comunidade surda, esta empresa apresentou, em 2006, uma função que permite o uso de legendas nos vídeos da plataforma. Mas foi a partir de 2009 que começaram a utilizar legendas automáticas (*machine-generated*). Isto permite uma maior acessibilidade não só a pessoas da comunidade surda, mas também a pessoas com diferentes línguas nativas, uma vez que existe conteúdo no YouTube em 51 línguas diferentes. No entanto, esta função de gerar legendas automaticamente só está disponível para vídeos com inglês como língua de partida e funciona melhor em vídeos com pouco barulho de fundo. Estas legendas geradas automaticamente podem depois ser melhoradas pelo criador do vídeo e a sua tradução pode ser feita ou pelo criador do vídeo ou por voluntários (Díaz Cintas, 2020, p. 640). Este processo de tradução das legendas é mais um exemplo da criação de traduções e legendagens em versão de trabalho partilhado.

Atualmente, é também já normal que o processo de legendagem e tradução seja realizado em nuvem. Por outras palavras, todo o processo de legendagem é realizado online, através de uma plataforma em nuvem, que inclui a gestão de projetos e o editor de legendas. Assim, este processo pode

ser realizado por pessoas que se encontram em locais diferentes. Outra vantagem é que, deste modo, o tradutor não precisa de comprar ou descarregar *software* (Díaz Cintas, 2020, p. 637).

2.2 Dobragem

A dobragem consiste na substituição do diálogo original por diálogo traduzido, necessariamente com uma outra voz, que tenta seguir ao mesmo tempo e na medida do possível, os movimentos labiais da voz original. O objetivo é que o diálogo dobrado pareça ser o diálogo original que está a ser dito no vídeo original. Tal como o tradutor de legendagem, o tradutor de dobragem precisa de ser proficiente na língua de partida e criativo com a língua de chegada, para poder produzir um diálogo que seja convincente para o espectador.

Tradicionalmente, existem quatro passos no processo de dobragem. Em primeiro lugar, o guião do filme, série, etc. é traduzido. Depois, esta tradução é adaptada para soar natural na língua de chegada e para coincidir com os movimentos labiais dos atores do original. De seguida, o novo diálogo é gravado pelos atores da língua de chegada. Por fim, o som é adicionado à gravação original (Chiaro, 2009, pp. 144–145). Claro que, devido a tempo limitado, por exemplo, este processo pode ser reduzido ou condensado para poder ser mais eficiente com o tempo disponível.

A principal vantagem do uso da dobragem, quando comparado com o uso da legendagem, é que existe uma menor redução textual do texto de partida. Para além disso, o espectador tem menos distrações, uma vez que não tem de ver o filme ou a série e ler a legenda ao mesmo tempo, podendo apenas ver o filme ou a série. Ou seja, a dobragem pode ser consumida automaticamente pelo espectador, sem se tratar de um expediente tão notório como a legendagem. Curiosamente, a legendagem reduz mais a quantidade de linguagem tabu do que a dobragem, provavelmente por se acreditar que a linguagem escrita tem um efeito mais forte no espectador do que a modalidade falada (Chiaro, 2009, p. 147). Por outro lado, a dobragem é mais complexa e demora mais tempo, já que requer um maior número de profissionais, não só de tradução, mas também de *design* de som e atores, o que a torna mais dispendiosa do que a legendagem.

2.3 Legendagem e dobragem: diferentes países e diferentes culturas

Na Europa ocidental, existe uma divisão notável entre países que optam pela legendagem e países que optam pela dobragem. No bloco Reino Unido, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, países escandinavos, Grécia e Portugal encontra-se a legendagem. Já no bloco Alemanha, Espanha, França, Itália e Áustria encontra-se a dobragem. Fora da Europa, na China, Japão, América Latina e a região do Québec, no Canadá, encontramos uma cultura mais forte de dobragem. Em Israel, Hong Kong e Tailândia existe uma maior cultura de legendagem (Chiaro, 2009, p. 143).

Nos restantes países de língua inglesa, como os Estados Unidos da América e a Austrália, a tendência é, também, a de legendar os filmes de língua estrangeira que chegam a estes mercados, que

são direcionados a uma audiência considerada mais culta e educada, de elite até. Aqui, a existência de séries de televisão de outros países é relativamente nula (Chiaro, 2009, p. 144).

Em países com populações pequenas, a legendagem é geralmente o método utilizado. No entanto, em regiões como o País de Gales, o País Basco e a Catalunha, por exemplo, utiliza-se a dobragem como forma de promover ou estandardizar uma língua minoritária (Chiaro, 2009, pp. 143–144).

Naturalmente diferente é o caso de conteúdos audiovisuais direcionados a crianças. Mesmo em países de tradição de legendagem, a dobragem é utilizada (Chiaro, 2009, p. 144).

É, também, importante referir o caso específico da Polónia e da Rússia. Nestes países, é realizada a dobragem, mas apenas com uma única voz masculina que realiza todos os papéis, independentemente de género, com uma entoação mais monótona, chamada de *lektor*. Também não existe uma preocupação em tentar sincronizar o diálogo da língua de chegada com os movimentos labiais originais. O diálogo original continua perceptível, num volume mais baixo, mesmo quando o *lektor* está a falar. Apesar de este parecer um método estranho para quem não está habituado, continua a ser um método apreciado na Polónia e na Rússia (Chiaro, 2009, p. 146).

Apesar de diferentes países terem diferentes tradições de tradução audiovisual, parece haver um consenso por parte dos espectadores que preferem a modalidade em uso no seu país de origem. Assim, esta preferência parece surgir por via do hábito por parte do espectador e não parecer resultar de uma clara vantagem de uma modalidade sobre outra.

2.4 Dificuldades inerentes à Tradução Audiovisual

Chiaro (2009, p. 155) apresenta três grandes dificuldades na tradução audiovisual:

1. Referências altamente específicas da cultura (como nomes de lugares, referências a desportos ou festividades, menção a pessoas famosas, sistemas monetários, instituições, entre outros);
2. Características específicas relacionadas com os usos da língua (como formas de tratamento ou linguagem tabu);
3. Áreas de sobreposição entre a língua e a cultura (como músicas, rimas e piadas).

Esta constitui uma primeira grande dificuldade, a que diz respeito a referências altamente específicas da cultura de uma comunidade (*Culture-Specific References* ou CSR). Elas podem ser “either exclusively or predominantly visual (an image of a local or national figure, a local dance, pet funerals, baby showers), exclusively verbal or else both visual and verbal in nature” (Chiaro, 2009, p. 156). Numa clara tentativa de pormenorizar este aspeto, Chiaro (2009, pp. 156–157) apresenta, também, uma lista de dez tipos de referências específicas da cultura a ter em atenção:

1. Nomes de instituições;
2. Referências educacionais;
3. Nomes de lugares;
4. Unidades de medida;
5. Sistemas monetários;
6. Desportos nacionais;

7. Comida e bebida;
8. Feriados e festividades;
9. Livros, filmes e programas de televisão;
10. Celebidades e personalidades.

Para lidar com estas referências e os problemas tradutivos por elas causados, os tradutores têm três opções de tradução: *chucking up*, ou seja, tornar a referência mais geral na língua de chegada, através de hiperonímia; *chuckind down*, ou seja, tornar a referência mais específica na língua de chegada; e *chucking sideways*, ou seja, trocar a referência na língua de partida por outra equivalente na língua de chegada (Chiaro, 2009, p. 158).

A presença de sotaques, de variedades da língua e o uso de calão são também uma grande dificuldade na tradução audiovisual. Estes tipos de usos da língua tendem a desaparecer na tradução audiovisual, principalmente na legendagem. Por vezes, na legendagem, o tradutor pode tentar fazer aparecer estes marcadores na legenda, para tentar que o espectador perceba que determinada personagem tem um sotaque específico, por exemplo. No entanto, a manutenção, durante todo o filme, de legendas marcadas deste modo não acontece (Chiaro, 2009, p. 158).

Existe a crença de que a linguagem tabu ou ofensiva pode ser considerada mais ofensiva quando está escrita do que quando é falada. Esta afirmação ainda é difícil de provar empiricamente; no entanto, é normal as legendas aparecerem com uma linguagem menos ofensiva do que a do diálogo original. Assim, “no âmbito da TAV, as palavras tabu, proferidas oralmente pelas personagens, tornam-se objeto de redução parcial e mesmo total aquando da sua legendagem” (Veiga, 2006, p. 97).

Ainda no âmbito do segundo grande grupo de dificuldades atrás referido, a presença de marcadores de cortesia e de distintas formas de tratamento também dificulta a tradução na legendagem. Línguas diferentes têm diferentes formas de tratamento usadas em diferentes contextos, mais ou menos formais, usadas com diferentes interlocutores. Como uma das características da legendagem é a redução do texto de partida, pode tornar-se difícil mostrar todas estas nuances das formas de tratamento na legenda (Chiaro, 2009, p. 160). Ou seja, as formas de tratamento podem não aparecer na legenda e o grau de cortesia utilizado pode não estar completamente marcado na tradução devido, principalmente, ao grande grau de redução existente na legendagem. O mesmo acontece com os marcadores de discurso (expressões, como, por exemplo: aliás; enfim; afinal; ou melhor; isto é; etc.) e com os *fillers* (expressões usadas para preencher uma pausa no nosso próprio discurso). São, normalmente, estes marcadores os primeiros a serem eliminados na legenda (Chiaro, 2009, p. 160).

O terceiro grupo apresentado, áreas de sobreposição entre a língua e a cultura, inclui músicas, rimas, metáforas, humor verbal, entre outros. No caso do humor verbal, uma grande dificuldade da sua tradução na legendagem é o facto de aparecer em conjunção com a imagem do filme ou da série. Ou seja, pode ser feita uma piada sobre algo que aconteceu na imagem e isto torna a tarefa de traduzir humor ainda mais complicada, uma vez que na língua de chegada a palavra usada na língua de partida pode não ter o mesmo duplo significado. Devido a esta possibilidade, uma estratégia muito utilizada é omitir completamente o humor verbal na tradução (Chiaro, 2009, pp. 161–162).

3. Humor

3.1 O que é o humor?

O humor é um conceito difícil de definir. O humor consiste na expressão (e na identificação, por parte do interlocutor) de inconsistências, de pormenores cómicos, de algum grau de absurdo no discurso e/ou no comportamento do locutor ou no simples reconhecimento de tudo isto numa determinada situação. Muitas vezes, resulta de um corte com a realidade, de uma quebra de expectativas, de um afastamento daquilo que seria considerado razoável e esperado num determinado contexto (Singh, 2012).

Mesmo tendo havido diferentes análises do humor, realizadas a partir de diferentes enfoques, não tem sido possível chegar a uma definição consensual (Martínez Sierra e Zabalbeascoa, 2017, p. 15). Uma condição necessária para o humor parece ser a ambiguidade. A ambiguidade, em conjunção com a manipulação da língua, indica ao recetor que está na presença (ou não) de humor. O que está realmente a acontecer é que uma das máximas conversacionais de Grice (conjunto de princípios racionais que orientam a comunicação humana) não está a ser seguida, nomeadamente a máxima do modo que diz “1. Avoid obscurity of expression. 2. Avoid ambiguity. 3. Be brief (avoid unnecessary prolixity). 4. Be orderly.” (Grice, 1993, p. 27). Então, de cada vez que fazemos humor, estamos a derrogar esta máxima, ou seja, não estamos a cooperar, de forma racional, com o recetor (Chiaro, 2006, pp. 74–75).

Outro aspeto presente no humor é a existência de incongruência. Podemos definir a incongruência como um conflito entre o que é esperado e o que realmente acontece ou é relatado na piada em questão (Vandaele, 1999, p. 239).

O conceito de amplificação também é necessário para a existência de humor. Pode ser definido como um aumento de felicidade e uma sensação de autoestima aumentada. Como uma piada normalmente apresenta alguma incongruência, que precisa de ser explicada, o entendimento da incongruência por parte do recetor pode aumentar esta sensação de amplificação. No entanto, a sensação pode surgir porque a piada em si põe alguém numa posição superior a outro. Ou seja, existe uma vítima da piada que não é nem o emissor nem o recetor (Vandaele, 1999, p. 241).

A presença, numa interação, destes três conceitos, ambiguidade, incongruência e amplificação, numa interação não implica necessariamente a presença de humor. No entanto, é possível encontrar um ou todos estes conceitos em tentativas de humor. São, assim, necessários, mas não condição suficiente para a criação de humor.

Então, para complementar estes conceitos de ambiguidade, incongruência e amplificação, Vandaele (1999, p. 243) propõe o conceito de *cognitive scheme*, que define como “every mental construction a human possesses to relate and, thus, to give meaning to or interpret stimuli from the outside world.” Ou seja, informação que se encontra armazenada na nossa mente, resultante do nosso conhecimento do mundo, que uma pessoa aprendeu a usar para interpretar e dar sentido ao mundo em que vive e que o humor muitas vezes derroga.

Trata-se, no entanto, de uma noção relativa, subjetiva e em constante mudança (Veiga, 2006, p. 189). O humor é definido não só pelo que uma pessoa, em particular, acha engraçado, mas também por questões linguísticas, geográficas, diacrônicas, socioculturais e pessoais (Chiaro, 2006, p. 5). A mesma piada feita para públicos-alvo diferentes ou feita em alturas diferentes pode obter reações diferentes. Apesar de poder ser difícil de encontrar, ninguém pode negar a existência do humor, uma vez que podemos identificar a sensação que provoca, o sorriso ou, até, o riso. O problema com este ponto de vista é que este sentimento surge como reação ao humor. Será possível que exista humor sem existir esta reação? Para Vandaele (1999, p. 238) “what I posit, for methodological purposes, is that the feeling comes first. The feeling is what constitutes something as humour. Nothing is humour before the feeling confirms this. In practical terms, I only study what my “guinea pigs” reported as funny.”

Como sabemos, podemos perceber a existência de humor devido à reação causada no recetor. Então, é necessário existir riso, a reação esperada ao humor, para existir humor? O consenso é que, apesar de existirem pontos de contacto entre o humor e o riso, a presença de um não implica necessariamente a presença do outro. Então, “o riso não é uma condição *sine qua non* para a existência e para a manutenção do humor” (Veiga, 2006, p. 207). Tal acontece porque, apesar de toda a gente conseguir produzir riso, nem toda a gente ri das mesmas coisas (Chiaro, 2006, pp. 5–6).

Assim, apesar de o riso ser uma experiência universal, o humor não o é. Produz efeitos diferentes em pessoas diferentes. Isto acontece porque o humor muda consoante as alterações das conjunturas histórico-culturais e linguísticas (Veiga, 2006, p. 253). Assim, o contexto é muito importante no sucesso do humor (neste caso, sucesso definido com a presença de riso) e quando uma piada é demasiado dependente de uma cultura específica não vai causar a reação pretendida noutra cultura.

Por outro lado, para que o humor resulte, é necessário que os interlocutores partilhem sensibilidades, afetos, visões de mundo; tem de haver, segundo Veiga (2006, p. 213), um jogo recíproco de partilha de cumplicidades por parte do emissor e do recetor.

Na criação de humor existem três sistemas a interagir: o linguístico, o sociocultural e o poético. O linguístico refere-se ao uso da língua para criar humor. O sociocultural, à cultura em que determinada piada está inserida. A competência poética consiste na capacidade de reconhecer as formas em que as opções linguísticas podem ser manipuladas para criar o efeito desejado, ou seja, não é só necessário conhecer a língua, mas também saber como conseguir manipulá-la para criar a reação pretendida. O recetor da piada precisa, também, de ser capaz de apreciar a forma como o emissor da piada manipulou a língua (Chiaro, 2006, p. 13). Entretanto, parece existir algum consenso na ideia de que a maioria das piadas produzidas acontecem com uma *punchline*. Esta é a altura da piada em que o recetor vê ou ouve algo incongruente com o ambiente linguístico ou semântico do que está a ser visto ou ouvido. A piada é centrada à volta da *punchline*. Quando são dados os sinais por parte do emissor de que está a acontecer uma piada, a *punchline* é esperada mais tarde ou mais cedo (Chiaro, 2006, pp. 48-49).

Um outro aspeto pertinente, já ligado à tradução do humor, prende-se com a seguinte questão: se pessoas diferentes têm reações diferentes à mesma piada, pode o humor ser universal?

A despeito da crença comum de que há piadas universais, quando neste trabalho se advoga que o humor difere de indivíduo para indivíduo, implica-se, por extensão, que aquele se altera de contexto para contexto, já que, enquanto ser social, o

individuo é aqui tomado como uma entidade que integra uma estrutura sociocultural independentemente da sua situação geográfica. (Veiga, 2006, p. 252)

E há uma outra pergunta que Martínez Sierra & Patrick Zabalbeascoa fazem e que é também pertinente: “If we assume that humour is a complex and culturally embedded subject, how can it be translated?”, ou seja, será possível traduzir o humor?

3.2 Teorias de tradução de humor

Esta secção centra-se precisamente na análise de duas teorias propostas por dois autores sobre como melhor traduzir humor. No final deste capítulo, estas teorias serão aplicadas a duas cenas de um filme e a duas cenas do episódio de uma série. A série tem o inglês como língua de partida e o filme tem o italiano como língua de partida. Será analisada a legenda usada pelo serviço de *streaming* Netflix, seguindo estas duas teorias de tradução de humor.

3.2.1 *The General Theory of Verbal Humour*

A *General Theory of Verbal Humour*, proposta por Attardo (2002, p. 175),

includes a metric of similarity between texts which can go a long way towards providing the criterion for determining similarity of meaning/force in the domain of texts whose perlocutionary goal is the perception of humour.

Ou seja, segundo esta teoria, o objetivo é manter o mesmo significado ou força comunicativa da piada original na sua versão traduzida.

Segundo esta teoria, cada piada pode ser analisada através de seis parâmetros, chamados Recursos Cognitivos. São eles que contêm toda a informação necessária para a verbalização do texto, sendo responsáveis pela formulação do texto e pelo posicionamento dos elementos funcionais que o constituem. Eis esses parâmetros: (i) língua; (ii) estratégia narrativa; (iii) alvo; (iv) situação; (v) mecanismo lógico; e (vi) oposição de *scripts* (Attardo, 2002, p. 178).

O primeiro, língua, refere-se, literalmente, ao sistema linguístico. Ou seja, este recurso cognitivo trata da verbalização do texto, de todas as palavras utilizadas e da ordem dos elementos funcionais que constituem a frase.

A estratégia narrativa refere-se ao facto de qualquer piada ter de ser dita através de alguma forma de organização narrativa. Ou seja, a piada pode ser concretizada através de uma simples narrativa, de um diálogo, de uma pergunta, ou de qualquer outra forma de organização da informação.

O alvo, como o nome faz transparecer, é a entidade alvo da piada. Este alvo pode ser um indivíduo ou um grupo perspetivado de forma estereotipada em qualquer cultura. Este parâmetro pode ser visto como opcional, ou seja, numa piada não agressiva, que não tente ridicularizar algo ou alguém, este parâmetro tem um valor vazio.

A situação diz respeito ao contexto acerca do qual se constrói a piada, como, por exemplo, mudar uma lâmpada, atravessar a rua, etc. Podemos pensar na situação como os “adereços” da piada: os objetos, participantes, instrumentos, atividades, entre outros. Todas as piadas precisam de uma situação, de um contexto, apesar de algumas dependerem mais dela do que outras e outras a ignorarem completamente.

O mecanismo lógico pressupõe uma lógica local, ou seja, uma lógica distorcida que existe no mundo criado pela piada, mas não, necessariamente, no mundo fora da piada, no mundo “real”. O emissor e o recetor estão cientes dos limites desta lógica local, mas no espírito de “willing suspension of disbelief” (Attardo, 2002, p. 180) concordam em acreditar em acreditar nesta lógica própria deste contexto.

Para poder perceber o recurso cognitivo da oposição de *scripts*¹ é preciso definir, primeiro, o que é um *script*. Attardo (2002, p. 180), define *script* como:

A script or frame is an organized complex of information about something, in the broadest sense: an object (real or imaginary), an event, an action, a quality, etc. It is a cognitive structure internalized by the speaker which provides the speaker with information on how the world is organized, including how one acts in it.

Para poder existir humor, duas condições têm de ser satisfeitas, no que diz respeito a este recurso cognitivo. A primeira é a de que o texto seja compatível com dois ou mais *scripts*, na sua totalidade ou apenas em parte. A segunda é a de que os dois *scripts* com que o texto é compatível têm de ser opostos.

Veiga (2006, pp. 237–238) apresenta este parâmetro de uma forma simples, como “a estrutura cognitiva que fornece informação ao indivíduo, permitindo-lhe estar na posse de conhecimentos acerca do modo como o mundo se encontra estruturado, facilitando-lhe a perceção de incompatibilidades pragmáticas e contextuais.”

A tradução deve respeitar, tanto quanto possível, estes seis recursos cognitivos na tradução da piada. Se for necessário, a tradução deve ser diferente apenas nos níveis mais baixos (Attardo, 2002, p. 183); neste caso, os recursos cognitivos foram apresentados hierarquicamente, com os parâmetros mais baixos em primeiro lugar. Ou seja, duas piadas que diferem apenas no parâmetro língua são vistas como muito semelhantes, ao passo que se duas piadas forem diferentes no parâmetro oposição de *scripts* são vistas como muito diferentes.

Tendo em conta estes seis parâmetros, esta teoria de tradução do humor defende que a tradução do humor deve limitar-se a tentar manter todos os parâmetros similares, exceto a língua: “keep all Knowledge Resources (except Language) the same” (Attardo, 2002, p. 185).

No que toca à estratégia narrativa, geralmente não é necessário realizar muitas mudanças, uma vez que a forma sob a qual a narrativa é organizada é independente da língua. Então, uma boa tradução tentaria manter a estratégia narrativa e esta é alterada apenas quando uma correspondência mais próxima não existe na língua de chegada. Para o parâmetro do alvo, diferentes grupos nacionais e étnicos escolhem alvos estereotípicos diferentes, tendo em conta diferentes características, o que torna mais fácil a troca deste parâmetro na tradução. No caso da situação, caso esta não exista na cultura de

¹ Este conceito de *script* é semelhante ao conceito de *cognitive scheme* de Vandaele, visto no ponto 3.1.

chegada ou não esteja disponível para gerar humor, uma simples solução é alterar a situação na tradução, respeitando todos os outros recursos cognitivos (Attardo, 2002, pp. 187–188).

Como já vimos, a oposição de *scripts* não deve ser alterada na tradução, uma vez que duas piadas que tenham este parâmetro diferente são duas piadas diferentes. Então, quando é que é possível alterar a oposição de *scripts* na tradução? Naturalmente, quando esta não está disponível na língua de chegada e não produz humor (Attardo, 2002, p. 188).

3.2.2 Humor Translation Checklist

A *General Theory of Verbal Humour* de Attardo apresenta seis parâmetros para analisar piadas. Young (2007), por seu turno, considera estes parâmetros como fatores internos da piada. Para completar os parâmetros propostos por Attardo, Young considera também importante considerar os fatores externos à piada. Assim, para uma melhor tradução do humor, o tradutor deve considerar tanto os fatores internos como os fatores externos à piada.

Estes fatores externos são: (i) *time frame considerations*; (ii) *social-class and educational considerations*; (iii) *cultural awareness decisions*; e (iv) *publication background information* (Young, 2007, p. 985).

O primeiro, *time frame considerations*, refere-se à existência de referências a eventos atuais ou recentes no texto de partida. O tradutor precisa de se perguntar se o recetor na cultura de chegada está ciente de que é uma referência a um evento real e se está preparado para entender a intenção humorística do texto de partida.

O segundo, *social-class and educational considerations*, refere-se ao alvo da piada. O público-alvo entende quem é o alvo da piada? Ou é preciso um maior grau de educação para perceber certas piadas?

O terceiro, *cultural awareness decision*, refere-se às referências culturais presentes no texto de partida. O tradutor precisa de decidir se é necessário trocar as referências culturais, tendo em conta o público da cultura de chegada.

E, por último, *publication background information* refere-se às posições ideológicas, políticas e editoriais das *media companies* que produzem o filme ou a série a ser traduzida. A *publication background information* é um fator na escolha de textos para ser traduzidos e pode influenciar o tipo de tradução realizado.

Assim, Young apresenta a seguinte lista para consideração do tradutor de humor; a partir desta lista, o tradutor pode analisar o texto de partida humorístico e escolher a melhor forma para o traduzir.

Item to be translated:

External Factors:

- Time Frame Considerations (TFC) _____
- Social-class and Educational Considerations (SEC) _____
- Cultural Awareness Decisions (CAD) _____
- Publication Background Information (PBI) _____

Internal Factors:

- Language (LA) _____
- Narrative Strategy (NS) _____
- Target (TA) _____
- Situation (SI) _____
- Logical Mechanism (LM) _____
- Script Oppositon (SO) _____

Translation:

Figura 3 - Humour translation checklist (proposta de Young, 2007, p. 986)

3.2.3 Piadas: algumas tipologias

Depois de vistas estas duas teorias de tradução do humor, seguem-se três propostas de classificação de diferentes tipos de piadas, apresentadas por três autores diferentes.

Raphaelson-West (1989, p. 130) apresenta uma classificação tripartida:

1. Piadas linguísticas, como por exemplo trocadilhos.
2. Piadas culturais, como por exemplo piadas étnicas.
3. Piadas universais, que resultam, por exemplo, do inesperado.

O autor diz que as piadas de natureza linguística exibem uma maior dificuldade de tradução, uma vez que podem não ser entendidas na língua de chegada sem uma nota de tradutor a explicar o jogo de palavras da língua de partida. No que toca a piadas feitas sobre um outro grupo, é mais fácil encontrar uma tradução, substituindo o referente sobre o qual a piada recai por um equivalente na cultura de chegada. De notar que este último caso acontece com um estilo de humor mais depreciativo. Apesar de ser difícil assumir com certeza a existência de piadas universais, o autor aponta três situações que parecem ser engraçadas para diversos grupos. Estas três situações são: (i) o uso de expressões tipicamente adultas por uma criança; (ii) a vingança de uma vítima, sobre o agressor, de uma maneira embaraçosa e inofensiva; e (iii) uma resposta inesperada.

Díaz Cintas e Remael (2020, p. 229) apresentam uma classificação das piadas culturais dividindo-as também em três tipos diferentes. O primeiro tipo diz respeito a piadas internacionais ou bi-nacionais. O segundo engloba piadas que se referem a uma cultura ou instituição nacional. Este é o caso de uma piada que se refere a um elemento cultural desconhecido na cultura de chegada, em que é necessária alguma adaptação na sua tradução para não perder todo o elemento humorístico. Por exemplo, piadas

presentes numa cultura sobre um subgrupo ou outra nacionalidade. O terceiro é constituído pelas piadas que refletem uma cultura. Este grupo refere-se a um sentido de humor típico de uma certa cultura ou nacionalidade, que é geralmente inspirado em algum preconceito para com uma outra cultura. No entanto, por vezes pode ser difícil perceber em que grupo se integra cada piada, ou até, se pertence a algum destes grupos.

No que toca ao aspeto cultural, relativo ao segundo tipo de piadas descrito pelos autores, que pode estar presente na piada, os autores apontam:

Each of the following examples require the readers/translators to locate the humorous instance in their own linguistic and translational context in order to assess the extent of the challenges involved in translation. To begin with, many instances of humour rely on supposedly shared cultural or world knowledge, referring to film stars, multinationals, tourist attractions, artists or politicians, political events, facts about a country's history, etc. In such cases, their degree of transculturality or exoticism must first be determined before one proceeds to subtitle.

Por seu turno, Pai (2021, pp. 142–144) propõe uma tipologia de *frame*, isto é, e seguindo o conceito de *frame*, originário da psicologia, é “a data-structure for representing a stereotyped situation”. Essa proposta contém 24 *humour frames*² que se organizam em três grandes grupos. Estas informações armazenadas na memória, a que Pai chama *humour frames* não são mutuamente exclusivas, podendo várias delas ser aplicadas à mesma piada. Estão divididas em três grandes grupos.

O primeiro são as *interpreting frames*:

1. Desambiguação lexical: trocadilhos ou jogos de palavras.
2. Ajuste conceptual: jogar com os conceitos convencionais ou inferidos de um enunciado.
3. Frase: jogar com a ambiguidade das estruturas sintáticas.
4. Atribuição e referente: jogar com palavras deíticas como “tu” ou “aqueles”:
5. Mudança do carácter manifesto: desrespeitar uma suposição contextual com uma premissa fortemente implicada.
6. Implicatura: induzir o ouvinte a fornecer implicaturas.
7. Atitude: manipular atitudes proposicionais, incluindo ironia verbal e explicaturas de ordem mais alta.

O segundo são *experimental frames*:

8. Estilo expressivo: jogar com elementos paralinguísticos, tais como rimas, entoações e sotaques.
9. Situação: usar itens lexicais para mostrar uma situação prototípica.
10. Sequência: recorrer a uma sequência de ações.

O terceiro são *cultural frames*:

11. Corpo: explorar as características e imagens do corpo humano.
12. Idade e maturidade: fazer referência à idade biológica ou psicológica.
13. Sofrimento: jogar com ideias de sofrimento, como dor, tortura, doença e desastres naturais.

² Esta noção (de *frame*) tem sido trabalhada por diferentes autores, em diferentes quadros teóricos, e também pode aproximar-se dos conceitos de *scheme* e de *script* já anteriormente apresentados.

14. Morte: explorar a ideia de morte.
15. Raça: jogar com os estereótipos de uma raça.
16. Mente: explorar os conceitos de inteligência ou estado mental.
17. Profissionalismo: jogar com conhecimento ou imagens profissionais.
18. Género: referências a orientações sexuais e a papéis socioculturais de um género.
19. Sexo e romance: explorar tópicos sexuais e românticos.
20. Estado civil: referência ao estado civil de alguém.
21. Estatuto social: mostrar um contraste de estatuto social, relativamente a riqueza, educação ou estilo de vida.
22. Comunidade: usar os estereótipos de uma comunidade, como um país ou uma empresa.
23. Crença: explorar crenças religiosas, ideologias políticas ou padrões morais.
24. Referências culturais: fazer uma referência direta ou indireta a pessoas ou objetos que existem especificamente numa determinada cultura.

É importante perceber qual é o tipo de *humour frame* que está a ser utilizado na língua de partida, uma vez que isso permite ao tradutor perceber quais as partes mais importantes da sequência humorística que devem estar presentes na tradução e quais devem ser alteradas ou até eliminadas completamente. Percebendo qual a conceptualização em utilização é mais fácil perceber onde está presente o humor e como melhor o traduzir.

3.3 Tradução de humor em legendagem

A tradução do humor é, por todas as razões apontadas, uma tarefa difícil. Independentemente do conhecimento que o tradutor tem da língua de chegada, algumas referências culturais ou itens polissémicos podem resultar em explicações demasiado extensas na língua de chegada que não recebem a reação esperada, uma gargalhada. Assim, o tradutor precisa de transmitir todo o conhecimento cultural da língua de partida na sua tradução da piada (Chiaro, 2006, p. 77). Por vezes, o insucesso da piada na língua de chegada não depende tanto do tradutor, mas mais das falhas de conhecimento do público-alvo da cultura em questão (Chiaro, 2006, p. 83). No entanto, a junção do entendimento de referências culturais e das dificuldades linguísticas de tradução entre duas línguas diferentes dificultam bastante a tradução do humor. Mesmo as traduções de piadas consideradas mais adequadas nem sempre são completamente equivalentes.

Cada vez mais filmes e séries são divulgados em todo o mundo. Isto significa que as referências utilizadas são, também, cada vez mais disseminadas por um público-alvo cada vez mais diverso. Isto poderia significar que a tradução de referências culturais se torna cada vez mais fácil, já que eliminaria ou diminuiria a necessidade de tradução de conceitos tornados internacionais. No entanto, pode ter o efeito oposto. Por exemplo, em filmes ou séries que utilizem muita terminologia institucional, como termos legais, pode existir uma maior dificuldade em tentar encontrar os termos equivalentes na língua de chegada (Díaz Cintas & Remael, 2020, p. 202).

Devido a esta *untranslatability* do humor, Chiaro (2006, pp. 86–87) recomenda que se tenham em mente as seguintes diretrizes:

1. *Accept the untranslatability of the source language phrase in the target language in the linguistic level.*
2. *Accept the lack of a similar convention in the TL.*
3. *Consider the range of TL phrases available, having regard to the presentation, status, age, sex of the speaker, his relationship to the listeners and the context of the meaning in the SL.*
4. *Consider the significance of the phrase in its particular context, i.e. as a moment of high tension in the dramatic text.*
5. *Replace in the TL the invariant code of the SL phrase in its two referential systems (the particular system of the text and the system of the culture out of which the text has sprung).*

Uma das possíveis soluções ao traduzir humor em legendagem, principalmente quando se trata de uma piada mais difícil, é substituir completamente a piada no texto de chegada. Assim, mesmo não tendo ligação óbvia à piada no texto de partida, existe também uma piada no texto de chegada, neste caso, na legenda. Isto é preferível a uma tradução literal que necessite de uma explicação.

O tradutor deve ter em consideração alguns aspetos relativos à língua e cultura de partida e, também, relativos à língua e cultura de chegada, especificamente para este contexto de tradução de humor. No que toca à língua e cultura de partida, o tradutor deve considerar: (i) a predisposição para a deteção do contexto linguístico-cultural do humor, ou seja, a sensibilidade humorística; (ii) a identificação e a compreensão da intenção humorística, ou seja, a tomada de consciência humorística; e (iii) a aceitação do estímulo humorístico, enquanto tal, ou seja, a entrada no jogo de cumplicidade humorística (Veiga, 2006, p. 299). Relativamente à língua e cultura de chegada, o tradutor deve considerar: (i) a predisposição para a procura da intenção humorística e do seu resultado humorístico equivalente, ou seja, a evidência de competência humorística; (ii) a criação de mecanismos que estimulem positivamente o público à receção do humor, sem perder de vista as limitações que se impõem à modalidade da legendagem, ou seja, as competências de tradução e a técnica; e (iii) a veiculação na legenda do sentido linguístico-cultural do humor, de acordo com os parâmetros de relevância humorística e com as máximas propostas para a tradução audiovisual, ou seja, a competência de tradução do humor audiovisual (Veiga, 2006, p. 299).

Asimakoulas (2004, p. 824) considera que, para existir uma tradução ideal de uma piada, a tradução e a piada original precisam de partilhar a mesma oposição de *scripts*: se a piada original tiver um sentido sexual implícito, a tradução deve tentar manter o mesmo sentido implícito. A tradução deve, também, tentar manter o mesmo mecanismo lógico: se o original for uma analogia, manter uma analogia na tradução. Deve tentar manter a mesma situação: o mesmo alvo e a mesma estratégia de narração. Assim, esta tentativa de manter estes aspetos iguais na piada original e na tradução têm como objetivo manter a sequência humorística da tradução o mais próximo possível da original, tendo em conta as variáveis contextuais e usando a linguagem apropriada.

A revisão também é um passo muito importante para a tradução do humor, pois a interpretação literal do diálogo original pode acontecer quando o tradutor não percebe o sentido conotativo de determinadas expressões ou de determinadas metáforas em certos contextos. Para poder manter na legenda o mesmo estímulo humorístico presente no diálogo, é preciso um grande trabalho de revisão, para garantir que estes lapsos não acontecem (Veiga, 2006, p. 284).

Para além dos conhecimentos gerais esperados, o tradutor de humor num contexto de tradução audiovisual necessita de outros pré-requisitos específicos. Veiga (2006, p. 227) enumera estes pré-requisitos esperados do tradutor neste contexto:

- Ter um bom sentido de humor.
- Ter uma sensibilidade excepcional na percepção das piadas.
- Saber transmitir o registo, o tom e o ritmo do enunciado humorístico, por forma a encontrar o equivalente mais adequado.
- Deter um conhecimento mais profundo das duas línguas/culturas do que os outros tradutores em geral, no sentido de apresentar as melhores soluções humorísticas, tendo em conta os condicionalismos de sincronia de morfologia tríplice – palavra/som/imagem.
- Deter uma boa competência humorística enquanto recetor, na procura de sentido da mensagem humorística original, e enquanto emissor, na preservação do sentido humorístico na língua de chegada.
- Respeitar as estratégias narrativas e diversificá-las apenas quando necessário.
- Demonstrar sensibilidade humorística para proceder à tradução e, muitas vezes, à adequação da forma como veicula o humor ao público-alvo a que se destina e à situação ou ambiente contextual do próprio filme e o da língua e cultura recetoras, sendo que o contexto (técnico) do meio de difusão é igualmente importante.
- Consciencializar-se de que nem todos os mecanismos lógicos são traduzíveis na língua de chegada em que o filme será visionado.
- Afastar-se, tanto quanto possível, da alteração da oposição de scripts, pois a manutenção desta oposição concorre para o efeito humorístico, exceto nos casos em que a língua de chegada careça de sentido completo ou a modalidade de tradução não o permita, pela sua extensão, por exemplo.

Algumas séries, principalmente *sitcoms*, utilizam *canned laughter*, ou seja, existe um riso que indica o lugar em que ocorre uma piada e é esperado que o espectador ria. A presença deste riso pode ajudar o tradutor a perceber quando está a acontecer uma piada; no entanto, não ajuda o tradutor a entender a piada ou o contexto em que está a ser dita. De um ponto de vista técnico, a presença deste riso pede que haja uma tradução humorística que o justifique e, se tal não acontecer, existe um conflito entre imagem e som e o espectador não vai perceber o que está a acontecer que justifique tal riso (Díaz Cintas & Remael, 2020, pp. 220–221).

Apesar de todas as restrições presentes na legendagem, por vezes a tradução do humor pode ser mais bem-sucedida num contexto audiovisual do que num contexto literário, por exemplo. Isto acontece porque também está a ser transmitida informação visual e muito do humor presente em filmes ou séries precisa do uso da imagem para poder ser transmitido, seja através da justaposição de imagens ou do uso de expressões faciais das personagens (Díaz Cintas & Remael, 2020, p. 223).

Pai (2021, pp. 144–145), seguindo algumas taxonomias anteriores, propõe uma nova taxonomia de estratégias gerais de legendagem. Esta taxonomia é composta por 5 macroestratégias e 20

microestratégias. As macroestratégias, com as suas respetivas microestratégias são as seguintes: (i) a preservação; (ii) a transformação; (iii) a expansão; (iv) a adaptação; e (v) a redução. As 20 microestratégias são as seguintes:

1. Preservação
 - a. Transferência: preservação de quase todo o conteúdo semântico e elementos estilísticos.
 - b. Literalidade: preservação do conteúdo semântico superficial, independentemente de perda de sentidos implícitos.
2. Transformação
 - a. Transpor: pequenas mudanças devido a razões gramaticais.
 - b. Modular: mudança de perspectiva.
 - c. Aumentar: uso de uma palavra com um nível semântico maior ou menor que a palavra original.
 - d. Padronizar (*patterning*): traduzir para um nome ou expressão existente de um terceiro texto já aceite na cultura de chegada.
3. Expansão
 - a. Explicitar: adicionar informação mínima para clarificar uma expressão.
 - b. Elaborar: adicionar informação substancial ao texto de chegada.
 - c. Dramatizar: aumentar o nível dramático ou a força da ação.
 - d. Preencher (*bridging*): adicionar informação para preencher lacunas culturais.
4. Adaptação
 - a. Equivalência: uso de uma expressão idiomática da língua de chegada.
 - b. Redefinir: mudar o foco do texto de partida.
 - c. Distorcer: apresentar o texto de chegada como informação distorcida.
 - d. Trocadilho (*punning*): uso de um trocadilho no texto de chegada.
5. Redução
 - a. Condensar: remoção de informação não substancial ou pouco importante, tendo em conta considerações gramaticais ou estilísticas.
 - b. Remover: apagar palavras de conteúdo que contenham informação pouco importante.
 - c. Extinguir: apagar palavras de conteúdo que contenham informação importante.
 - d. Diluir: diminuição do nível dramático ou força da ação.
 - e. Pré-fabricar: uso de uma expressão idiomática da língua de chegada que contenha e condense a informação do texto de partida.
 - f. Dispensar (*waiving*): transmitir apenas parte de um trocadilho existente no texto de partida.

Os resultados da análise de Pai, mostram que, apesar de todas as macroestratégias terem sido utilizadas na tradução de humor do *corpus* utilizado, as mais utilizadas foram, como veremos, a redução e a preservação.

3.3.1 Temas recorrentes no humor

Alguns temas parecem existir de uma forma universal no humor. A degradação e o sexo são tópicos bastante utilizados, principalmente no mundo ocidental. No caso da degradação, é fácil perceber como pode ser um tema universal, já que basta mudar o alvo da piada de cultura para cultura. Assim, se num determinado país se fazem piadas sobre um país vizinho, por exemplo, na tradução, basta trocar pelo

equivalente da cultura de chegada. Também de uso muito comum são piadas com um elemento de absurdo, quase como os contos de fadas (Chiaro, 2006, p. 9). No entanto, apesar de estes temas parecerem ser universais, isso nem sempre acontece. Apesar de várias culturas ocidentais fazerem piadas com estes temas, fazem-no de maneira diferente. Por exemplo, com o tema do sexo, apesar de diferentes culturas construírem piadas do ponto de vista da degradação da mulher ou da proeza sexual masculina, essas piadas podem ocorrer em contextos diferentes em diferentes culturas. No caso do italiano, a sexualidade da mãe de um homem é vista como adultério filial, o mesmo não acontecendo em países de língua inglesa, o que cria uma dificuldade de tradução. (Chiaro, 2006, p. 79).

3.3.2 Recursos para construir humor e possíveis soluções tradutivas

3.3.2.1 Jogos de palavras e trocadilhos

O estilo de piadas que utiliza jogos de palavras ou trocadilhos pode ser considerado *language-dependent* (Díaz Cintas & Remael, 2020, pp. 223–224). Ou seja, fazer jogos com a língua com o propósito de confundir o interlocutor ou interlocutores. O objetivo é fazer com que o interlocutor diga algo errado, o que causa o riso. Este tipo de jogos é muito comum e popular entre crianças (Chiaro, 2006, p. 75).

O uso de jogos de palavras, apesar de estar ligado à língua, é impossível de separar por completo de estímulos não verbais, uma vez que estes jogos de palavras estão ligados a todo um conjunto de circunstâncias não verbais, como, por exemplo, expressões faciais ou movimentos do corpo (Chiaro, 2006, p. 5).

Neste tipo de piadas é comum o uso de palavras homófonas (noz vs. nós), homónimas (clara – nome vs. clara – adjetivo) e homógrafas (sabia vs. sábia). Isto acontece pela capacidade de usar estas palavras para criar duplicidade de significados (Chiaro, 2006, p. 37).

Para que uma piada que usa um jogo de palavras seja bem-sucedida, é preciso existir conhecimento comum entre o emissor e o recetor. O recetor da piada tem de entender o código no qual é emitida a piada, o que implica um grande conhecimento de informação sociocultural, para além de conhecimento linguístico. Este conhecimento cultural partilhado entre emissor e recetor é muito variado e vai desde experiências mundanas até à cultura da língua em questão. Esta é a razão pela qual o chamado “humor inglês” não é bem compreendido por outras culturas e por falantes não-nativos do inglês (Chiaro, 2006, pp. 11–12).

É possível criar jogos de palavras baseados na imagem apresentada, ou seja, explorando a relação entre os vários significados de uma expressão e o componente visual do filme ou série (Asimakoulas, 2004, p. 829). Este tipo de piadas é extremamente desafiante para o tradutor, especialmente neste contexto audiovisual em que a imagem permanece igual depois da tradução. O tradutor deve primeiro tentar identificar o propósito ou o efeito pretendido do jogo de palavras e depois examinar como pode replicar este efeito na língua de chegada, tendo sempre em conta o macro contexto do filme ou série que está a traduzir (Díaz Cintas & Remael, 2020, p. 224). Asimakoulas (2004, p. 831), no artigo em que analisa a tradução realizada para a legenda de dois filmes com inglês como língua de partida e grego

como língua de chegada, identificou as formas mais comuns de tradução destes jogos de palavras em contextos audiovisuais. No geral, os jogos de palavras eram interpretados com sucesso quando o tradutor encontrava recontextualizações criativas para a piada, com algumas exceções, claro. No entanto, a maioria das ocorrências não era interpretada com sucesso na língua de chegada, uma vez que como o tradutor mantinha a estrutura da língua de partida, havia uma grande perda de humor.

Díaz Cintas e Remael (2020, p. 223) apresentam seis formas de como pode ser feita a tradução de um trocadilho ou jogo de palavras:

- A tradução do trocadilho da língua de partida para outro trocadilho na língua de chegada.
- A tradução do trocadilho da língua de partida para uma construção sem trocadilho na língua de chegada.
- A tradução do trocadilho na língua de partida para outro instrumento retórico na língua de chegada.
- A tradução do trocadilho na língua de partida para uma omissão na língua de chegada.
- A tradução do trocadilho na língua de partida para um trocadilho compensatório na língua de chegada.
- A tradução do trocadilho na língua de partida para um trocadilho na língua de chegada que não estava presente na língua de partida.

Apesar de a substituição e a compensação serem consideradas a melhor forma de tradução nestes casos, segundo os autores, nem sempre é possível aplicá-las.

3.3.2.2 Referências Culturais

Díaz Cintas e Remael (2020, p. 202) definem referências culturais (em inglês, CR – *cultural references*) como:

“References to items that are tied up with a community’s culture, history or geography, and they can pose serious translation challenges. CRs are also referred to as culture bound terms, realia, culture bumps and, more recently, culture specific references [...].”

Na tradução, as referências culturais tendem a aparecer como uma tradução literal, mas também é utilizada a explicitação ou a transposição como solução na tradução.

O humor, enquanto forma de comunicação, depende de um certo conhecimento comum entre emissor e recetor no que toca ao contexto linguístico ou sociocultural e conhecimento do mundo. No caso de produções audiovisuais, é também necessário conhecimento em comum sobre a produção audiovisual por si mesma. Ou seja, é necessário algum conhecimento partilhado sobre como um filme ou episódio de uma série costuma ser realizado, sobre o facto de que certos tipos de música indicam uma emoção específica, ou de que mostrar uma certa imagem estabelece a localização, por exemplo. No entanto, apesar deste conhecimento comum, humor sobre algo partilhado em comum pode ter um efeito divisivo, dependendo dos recetores (Díaz Cintas & Remael, 2020, pp. 217–218).

Díaz Cintas e Remael (2020, p. 203) dividem as referências culturais em dois grandes grupos: referências culturais do mundo real e referências culturais intertextuais. O primeiro grupo contém todas as referências geográficas, etnográficas e sociopolíticas de uma comunidade. O segundo refere-se a alusões intertextuais, como, por exemplo, referências a outros filmes ou livros.

Para a tradução destes dois tipos de referência cultural, os autores (2020, p. 207) apresentam, também, nove estratégias de tradução: (i) empréstimo; (ii) tradução literal; (iii) decalque; (iv) explicitação; (v) substituição; (vi) transposição; (vii) recriação léxica; (viii) compensação; e (ix) omissão.

3.3.2.3 Humor baseado na comunidade

O humor baseado na comunidade usa o património, as tradições ou até os preconceitos de uma comunidade ou nação, o que pode parecer um pouco diferente do ponto de vista da cultura de chegada. O tipo de piadas feitas sobre uma outra comunidade mostra a capacidade do humor de dividir e ridicularizar comunidades, mas, também, a sua capacidade de unir e criar sentimentos de amplificação ou inferioridade (Díaz Cintas & Remael, 2020, p. 229). Muitas comunidades fazem piadas quer sobre subcomunidades pertencentes ao mesmo país quer sobre outras nacionalidades. Para perceber certas piadas, é necessário conhecimento cultural da parte da comunidade que recebe a piada. Este tipo de humor sobre uma outra comunidade pode centrar-se em aspetos religiosos, eventos históricos ou estereótipos e preconceitos.

Por exemplo, uma piada francesa pode ser sobre um belga. Já nos Estados Unidos da América a piada pode ser sobre polacos. No Brasil, sobre os portugueses. Em Inglaterra, sobre os irlandeses. E assim sucessivamente. A tradução deste tipo de piadas é mais fácil, uma vez que se pode substituir o alvo da piada original pelo seu equivalente na cultura de chegada, sem se perder significado (Chiari, 2006, p. 78).

Como este tipo de humor se apoia bastante em estereótipos, cabe ao tradutor perceber se a sua presença é relevante para a tradução e entendimento do humor por parte do espectador. Se sim, o tradutor deverá procurar um estereótipo linguístico equivalente na língua e cultura de chegada (Veiga, 2006, p. 257), uma vez que, fora da cultura em que o estereótipo existe, este pode não ser reconhecido como uma tentativa de humor.

3.3.2.4 Metáforas, símiles e comparações

O uso de comparações pode causar uma reação humorística quando o que está a ser comparado tem menos semelhanças semânticas do que o esperado, como comparar um evento histórico trágico a um acontecimento pessoal sem grandes consequências, por exemplo. Outro caso é quando existe uma mistura arbitrária de metáforas ou quando é usada uma metáfora nova, criada pelo emissor, em vez de uma outra já existente e estabelecida na língua.

Para manter o mesmo mecanismo lógico, a tradução deve conter, também, uma analogia. Não só deve conter uma analogia, como o que está a ser comparado na tradução deve ter a mesma força do original. Esta é a principal dificuldade na tradução de metáforas e comparações.

No artigo de Asimakoulas (2004, p. 832), por exemplo, na comparação da legenda dos dois filmes com o diálogo original (dois filmes com inglês como língua de partida e grego como língua de chegada), quando existiam comparações com a intenção de produzir humor, estas não eram traduzidas com sucesso nas legendas. Apesar de o mecanismo lógico da comparação continuar presente na tradução, envolvia comparações pouco originais ou menos engraçadas do que as do diálogo original.

3.3.2.5 Paródia e sátira

Asimakoulas (2004, p. 833) define a paródia como:

A highly situated, intentional and conventional speech act which represents the object of parody (which can be anything: events, actions, beliefs, thoughts, individuals, groups, institutions and so on) and flaunts that representation in order to criticize that object in a humorous way.

As paródias nos filmes analisadas no seu artigo (2004, pp. 835–836) eram complexas e não sobreviveram à tradução. Já textos paródicos não tão específicos foram mais fáceis para o tradutor manipular e o tradutor tomou algumas liberdades para tentar “aumentar” o efeito cómico.

Um dos componentes da paródia mais complexos de se traduzir, já que o seu objetivo é zombar de uma entidade específica, mais complexos de se traduzir é o conhecimento comum da obra que se está a parodiar entre as culturas de partida e de chegada. Não só é necessário haver semelhanças culturais e linguísticas entre as duas culturas, é também necessário que a obra seja de conhecimento comum entre as duas culturas (Raphaelson-West, 1989, p. 134).

A sátira torna-se mais difícil de traduzir. Sátira é definida no dicionário da Infopédia da língua portuguesa como uma “composição poética, mordaz, que ridiculariza os vícios ou defeitos de uma época, de uma instituição ou de uma pessoa”. Uma vez que faz troça de entidades que podem até ser consideradas sagradas na língua de chegada, a tradução da sátira tem um maior grau de dificuldade associado. Dependendo da proximidade das culturas, a tradução pode funcionar ou não, ou seja, quanto mais próximas são as culturas maior facilidade existe em traduzir sátira (Raphaelson-West, 1989, p. 133).

3.3.2.6 Variedades linguísticas

As variedades da língua podem ser exploradas para produzir um efeito cómico, usando um determinado socioleto para marcar diferenças entre classes, por exemplo. Nos filmes analisados por Asimakoulas foi feita uma tentativa, por parte do tradutor, de refletir, na legenda, esta diferença de variedade da língua. No entanto, existiram omissões, uma vez que,

[...] *colloquial expressions and dialects are difficult to render and are usually eliminated and reformulated into standard wording and expression, because irregularities may be perceived as mistakes or may impair comprehension (Asimakoulas, 2004, p. 839).*

Então, apesar de ser possível transmitir esta diferença entre variedades uma ou duas vezes na legenda, ou seja, quando ocorrem poucas vezes no filme ou série, quando é uma diferença marcada recorrente ao longo de todo o filme ou episódio, torna-se impossível apresentar esta diferença entre variedades na legenda completa do filme ou episódio.

3.3.2.7 Ironia

A ironia existe quando há um contraste ou incongruência entre o que é dito e o que pode ser inferido da situação. Por exemplo, quando se diz que algo foi interessante numa situação claramente aborrecida, ou quando se diz que está “um bocadinho ventoso” quando há uma tempestade. Este contraste ou incongruência pode ser uma oposição real, um eufemismo ou um exagero. Para além do uso de oposição real, eufemismo ou exagero, esta incongruência também pode ser inferida quando se diz algo que não é verdade (Pelsmaekers & van Eesien, 2002, pp. 243–244). Para ajudar ao entendimento, podem ser usadas *ironic cues*, como, por exemplo, nasalização, discurso mais lento e enfático e entoação marcada, no caso de serem não-verbais, e expressões hiperbólicas, formalidade, intensificadores, repetições e interjeições, no caso de serem verbais.

De um ponto de vista ilocutório,

An ironic utterance is a speech act whose essential condition is that it is meant to count as an expression of a (predominantly negative) evaluative attitude. Typically, it is meant to count as criticism. This speech act, however, has a special status. It is parasitic in the sense that it is performed in the guise of another speech act, which functions as a ‘vehicle’ for the irony. Indeed, the ironic utterance borrows the propositional content condition of another speech act [...], but flouts its essential and sincerity conditions. Verbal irony is criticizing by means of insincerely asserting, insincerely promising, insincerely asking, and so on (Pelsmaekers & van Eesien, 2002, pp. 244–245).

Pelsmaekers e van Eesien (2002, pp. 264–265), no seu artigo, analisaram a tradução de ocorrências irónicas na legenda de uma série com inglês como língua de partida e holandês como língua de chegada. Quase todas mantiveram um efeito irónico na legenda traduzida, tendo desaparecido a ironia em apenas uma ocasião. E, também, na grande maioria das ocorrências, a legenda traduzida utiliza o mesmo veículo de ironia que a língua de partida. Lidas isoladamente, as legendas podem perder uma grande quantidade de detalhe e de humor. No entanto, as legendas não são lidas isoladamente, são sempre acompanhadas da imagem e do som do filme ou série.

3.4 Análise de algumas cenas

Foi realizada uma análise da legendagem de quatro cenas, de um filme e uma série de comédia, seguindo a *checklist* proposta por Young (2007) vista anteriormente. Foram escolhidas quatro cenas humorísticas. Duas cenas são retiradas de uma série de animação norte-americana, “Bojack Horseman”, sendo, portanto, a língua de partida o inglês. As outras duas são retiradas de um filme italiano, “Natale a 5 Stelle”, cuja língua de partida é o italiano. A série e o filme estão ambos disponíveis na Netflix.

A escolha das cenas deveu-se ao facto de conterem piadas dependentes das respetivas línguas, ou seja, trocadilhos e linguagem mais coloquial. Como vimos anteriormente, este tipo de piadas dependente de um trocadilho na língua de partida é difícil de traduzir, ainda mais no contexto da legendagem, que é mais restrito e no qual não se pode usar notas de tradutor com tanta liberdade, como acontece na tradução literária, por exemplo.

A tradução aqui analisada é a realizada pelos tradutores/legendadores da Netflix; no filme italiano, a tradução foi realizada por Michelle Hapetian. Na série não são creditados tradutores para a legenda portuguesa.

- Cena 1

Nome	Bojack Horseman Temporada 1, Episódio 1	
Texto de partida	(Sabrina/ Sarah Lynn) -Mondays. (The Horse/ Bojack) -Well, good morning to you too. (Sabrina/Sarah Lynn) -Oh, hey. (The Horse/ Bojack) -Where? I love hay!	
Fatores Internos General Theory of Verbal Humor (Attardo, 2002, p. 178)	Língua	Trocadilho de “hey” com “hay”.
	Estratégia Narrativa	Diálogo.
	Alvo	Sem nenhum alvo.
	Situação	The Horse e Sabrina, personagens numa série dos anos noventa, estão a falar na cozinha. Sabrina está triste e quando cumprimenta The Horse ele confunde “hey” com “hay”, uma vez que é um cavalo.
	Mecanismo Lógico	Não existe nenhum mecanismo lógico, como ironia, analogia, mudança de papéis, etc.

	Oposição de <i>scripts</i>	Existe uma quebra da expectativa do espectador, uma vez que a resposta a um cumprimento não é a esperada.
Fatores Internos Humor Translation Checklist (Young, 2007, p. 985)	<i>Time Frame Considerations</i>	Não existe nenhuma referência a eventos ou acontecimentos reais ou recentes.
	<i>Social-class and Educational Considerations</i>	Não requer conhecimento pressuposto ou específico, é direcionado a um público-alvo geral.
	<i>Cultural Awareness Decisions</i>	Nada a registar.
	<i>Publication Background Information</i>	Não existe nenhum conflito político ou editorial.
Tradução Netflix	(Sabrina/ Sarah Lynn) - Segundas! (The Horse/ Bojack) - Olá! Bom dia para ti também! (Sabrina/ Sarah Lynn) - Oh, olá. (The Horse/ Bojack) - Onde? Eu adoro gelados!	

“Bojack Horseman” é uma série animada original da Netflix, de 2014. A série segue Bojack, um cavalo antropomórfico, antiga estrela de televisão, com uma série de sucesso nos anos noventa. Atualmente, depois de perder a sua fama, Bojack tenta voltar a ser relevante ao escrever uma autobiografia numa Hollywood fictícia, rodeado das peripécias das outras personagens.

Esta cena, a cena de abertura do primeiro episódio da primeira temporada, mostra Bojack e Sarah Lynn num dos episódios da série de sucesso “Horsin’ Around”. As suas personagens, The Horse e Sabrina, a sua filha adotiva, estão a conversar na cozinha.

No caso desta piada, ocorre um trocadilho entre as palavras “hey” e “hay”. Sabrina, um pouco cabisbaixa, cumprimenta The Horse e ele entende a palavra “hay”, ou seja, “palha”. Neste caso, o trocadilho gera uma piada, uma vez que se trata realmente de um cavalo que come palha.

Nas legendas utilizadas pela Netflix para a versão portuguesa, desaparece a referência a palha por completo. No entanto, existe uma referência a gelados, uma vez que “Olá” é uma famosa marca de gelados em Portugal. Assim, apesar de não existir uma referência aos hábitos alimentares do animal em questão, continua a existir uma referência a comida.

Concluindo, optou-se por, na legenda portuguesa, substituir o trocadilho da língua de partida por um outro trocadilho na língua de chegada, tentando manter um referente comum, a comida.

- Cena 2

Nome	Bojack Horseman Temporada 1, episódio 2	
Texto de partida	<p>(Bojack) -Is she gonna ask me a bunch of personal questions?</p> <p>(Princess Carolyn) -The woman we're paying to ghost-write your memoir? Yeah, probably.</p> <p>(Bojack) -Okay, alright. There's no need to get...</p> <p>(Princess Carolyn) -What, catty? Are you gonna say catty?</p> <p>(Bojack) -I was not gonna say catty.</p>	
Fatores Internos General Theory of Verbal Humor (Attardo, 2002, p. 178)	Língua	Trocadilho com a palavra "catty" por a personagem ser um gato.
	Estratégia Narrativa	Diálogo.
	Alvo	A personagem, Princess Carolyn.
	Situação	Bojack, um ator, está a falar com a sua agente, Princess Carolyn, que é um gato. Para descrever o seu comportamento utiliza o adjetivo "catty".
	Mecanismo Lógico	Não existe nenhum mecanismo lógico, como ironia, analogia, mudança de papéis, etc.
	Oposição de <i>scripts</i>	Não existe uma quebra da expectativa do espectador.
Fatores Internos Humor Translation Checklist (Young, 2007, p. 985)	<i>Time Frame Considerations</i>	Não existe nenhuma referência a eventos ou acontecimentos reais ou recentes.
	<i>Social-class and Educational Considerations</i>	Não requer conhecimento pressuposto ou específico, sendo direcionado a um público-alvo geral.
	<i>Cultural Awareness Decisions</i>	Nada a registar.
	<i>Publication Background</i>	Não existe nenhum conflito

	<i>Information</i>	político ou editorial.
Tradução Netflix	(Bojack) -Ela vai fazer-me perguntas íntimas? (Princess Carolyn) -A mulher que vai escrever as tuas memórias? É provável. (Bojack) -Está bem. Não é preciso ficares... (Princess Carolyn) -Assanhada? Ias dizer assanhada? (Bojack) -Eu não ia dizer assanhada.	

Nesta cena continuamos na mesma série, “Bojack Horseman”, ainda na mesma temporada, mas agora no segundo episódio. Aqui encontramos Bojack a falar ao telefone com Princess Carolyn, a sua agente. Estão a falar sobre a escritora escolhida para escrever as memórias de Bojack, enquanto antigo ator de sucesso.

Durante a conversa, Princess Carolyn fica irritada com a pergunta de Bojack, e responde que a pessoa que vai escrever sobre a sua vida vai ter de fazer perguntas íntimas. Em resposta, Bojack começa a chamar a Princess Carolyn de “catty”. Neste caso, trata-se de um trocadilho, uma vez que a personagem em questão é um gato e a palavra “catty” é um derivado da palavra “cat”.

Já no caso da legenda em português, optou-se pela palavra “assanhada”. Neste caso, o adjetivo “assanhada” não deriva do nome “gato”, mas é um adjetivo muito comum para descrever o comportamento de gatos e, também, metaforicamente, de pessoas, pelo que, neste caso, também é aplicado ao comportamento malicioso da personagem, descrito por Bojack.

Assim, explorando as potencialidades da língua de chegada, a legenda mantém o trocadilho, utilizando uma palavra, não como a original, que contém a palavra “cat” em referência à personagem, mas sim uma palavra utilizada comumente para descrever quer o comportamento de gatos quer o comportamento de seres humanos.

- Cena 3

Nome	Natale a 5 stelle Natal 5 estrelas
Texto de partida	(Franco) - Andiamo, andiamo a trasportare dalla 650. Forza Bianchini! Andiamo, andiamo. (Walter) - Però mi dia una mano. (Franco) - Oh Dio! (Funcionário Hotel) - Signore mi scusi!

	<p>Franco) - Chi è?</p> <p>(Funcionário Hotel) - È la cintura li è caduta nel corridoio</p> <p>(Giulia) - Grazie, grazie</p> <p>(Funcionário Hotel) - Mamma mia, ma chi è quello?</p> <p>(Franco) - Quello è Vincenzo, il fratello di Bianchini</p> <p>(Funcionário Hotel) - Ma sta male?</p> <p>(Franco) - No, che male? Ha un po' bevuto. Stamattina ha fatto il testimone e poi dopo al ricevimento ha alzato il gomito.</p>	
<p>Fatores Internos</p> <p>General Theory of Verbal Humor</p> <p>(Attardo, 2002, p. 178)</p>	<p>Língua</p>	<p>Uso de um registo mais coloquial.</p>
	<p>Estratégia Narrativa</p>	<p>Diálogo.</p>
	<p>Alvo</p>	<p>Nada a registar.</p>
	<p>Situação</p>	<p>Enquanto estão a tentar esconder o corpo, Franco, Walter e Giulia são interrompidos por um empregado do hotel que pergunta se está tudo bem. Franco responde que sim, que o homem foi padrinho de casamento e apanhou uma "piela".</p>
	<p>Mecanismo Lógico</p>	<p>Não existe nenhum mecanismo lógico, como ironia, analogia, mudança de papéis, etc.</p>
	<p>Oposição de <i>scripts</i></p>	<p>Não existe uma quebra da expectativa do espectador.</p>
<p>Fatores Internos</p> <p>Humor Translation Checklist</p> <p>(Young, 2007, p. 985)</p>	<p><i>Time Frame Considerations</i></p>	<p>Não existe nenhuma referência a eventos ou acontecimentos reais ou recentes.</p>
	<p><i>Social-class and Educational Considerations</i></p>	<p>Não requer conhecimento pressuposto ou específico, é direcionado a um público-alvo</p>

		geral.
	<i>Cultural Awareness Decisions</i>	Nada a registar.
	<i>Publication Background Information</i>	Não existe nenhum conflito político ou editorial.
Tradução Netflix	(Franco) - Vamos mudá-lo para o 650. Venha Bianchini. (Walter) -Ajude-me. (Franco) -Meu Deus! (Funcionário Hotel) -Desculpe? (Franco) -O que foi? (Funcionário Hotel) -Encontrei o seu cinto. (Giulia) - Obrigada. (Funcionário Hotel) -Céus, quem é esse? (Franco) - É o irmão do Bianchini, o Vincenzo. (Funcionário Hotel) -Está doente? (Franco) - Não, só bêbedo. Foi padrinho de casamento e apanhou uma piela.	

“Natale a 5 stelle” é um filme italiano da Netflix, de 2018, realizado por Marco Risi. O filme segue o primeiro-ministro italiano durante uma visita de Estado à Hungria. Durante a visita, o primeiro-ministro Franco Rispoli tem um caso extramarital com a senadora Giulia Rossi, pertencente a um partido político oposto ao do primeiro-ministro. Quando estão os dois sozinhos num quarto de hotel, Franco e Giulia encontram um corpo morto na janela. Era um jornalista que sofreu um acidente ao tentar entrar, pela janela, no quarto do primeiro-ministro. Para tentar evitar um escândalo político e pessoal, o primeiro-ministro encarrega um dos seus funcionários de esconder o corpo.

Nesta cena, Franco, Walter e Giulia estão a tentar mudar o corpo do jornalista para outro quarto, quando são interrompidos por um funcionário do hotel que encontrou o cinto do vestido de Giulia. Para que o empregado do hotel não perceba que se trata de um corpo morto, dizem que é o irmão de Walter que, no casamento do irmão do qual era padrinho, bebeu demais e adormeceu.

Aqui, o humor é criado quando o primeiro-ministro utiliza a expressão “alzato il gomito” para descrever o estado deste homem. Esta é uma expressão idiomática que significa que a pessoa está bêbeda, literalmente significa “levantar o cotovelo”, ou seja, denota o ato físico de beber. A legenda opta pelo uso da palavra “piela”, uma expressão também coloquial e, mais especificamente, pertencente a um registo popular do português, mas, agora, sem esta referência ao ato físico de beber.

- Cena 4

Nome	Natale a 5 stelle Natal 5 estrelas	
Texto de partida	<p>(Funcionário Hotel) - Una sedia a rotelle?</p> <p>(Franco) - Sì! Mi immagino che ne avrete almeno una a disposizione</p> <p>(Funcionário Hotel) - Certo, Presidente! L'albergo ne ha sempre una per i casi di emergenza</p> <p>(Franco) - Ecco, questo è uno di quei casi.</p> <p>(Funcionário Hotel) Bene. Certo e... non sarà facile e... devo andare a prenderla giù in magazzino, la dovrò portare su... sarà una faticaccia. Solo a dirlo già sto tutto sudato.</p> <p>(Franco) - Ho capito, ho capito, solo che ho finito i contanti. Va bene lo stesso carta di credito?</p> <p>(Funcionário Hotel) - Porto su il POS.</p>	
<p>Fatores Internos</p> <p>General Theory of Verbal Humor</p> <p>(Attardo, 2002, p. 178)</p>	Língua	Nada a considerar.
	Estratégia Narrativa	Diálogo.
	Alvo	Nada a registar.
	Situação	O primeiro-ministro liga para a receção do hotel para pedir uma cadeira de rodas, para ser utilizada para levar o corpo do seu quarto. O funcionário do hotel dá a entender que apenas vai buscar a cadeira de rodas se receber uma gorjeta. Como Franco já não tem dinheiro, pergunta se o funcionário aceita a gorjeta em cartão.
	Mecanismo Lógico	Não existe nenhum mecanismo lógico, como ironia, analogia, mudança de papéis, etc.
	Oposição de <i>scripts</i>	Existe uma quebra de

		espectativas quando o empregado do hotel diz que não existe nenhuma cadeira de rodas e está, ao mesmo tempo, a olhar para ela.
Fatores Internos Humor Translation Checklist (Young, 2007, p. 985)	<i>Time Frame Considerations</i>	Não existe nenhuma referência a eventos ou acontecimentos reais ou recentes.
	<i>Social-class and Educational Considerations</i>	Nada a registar.
	<i>Cultural Awareness Decisions</i>	Nada a registar.
	<i>Publication Background Information</i>	Não existe nenhum conflito político ou editorial.
Tradução Netflix	<p>(Funcionário Hotel) – Uma cadeira de rodas?</p> <p>(Franco) – Sim. Devem ter uma algures.</p> <p>(Funcionário Hotel) – Claro Sr. Presidente. Temos uma para emergências.</p> <p>(Franco) – É uma emergência.</p> <p>(Funcionário Hotel) – Está bem. Não será fácil. Tenho de a ir buscar ao armazém, carregar com ela até aí... Será muito complicado. Suo, só de pensar nisso.</p> <p>(Franco) – Compreendo, mas estou sem cheta. Aceita cartão?</p> <p>(Funcionário Hotel) – Levarei o terminal.</p>	

Nesta cena, o primeiro-ministro decide que a melhor maneira de retirar o corpo do jornalista do seu quarto é levando-o numa cadeira de rodas. Para tal, liga para a receção a pedir uma, geralmente usada para emergências. O funcionário do hotel, que já tinha aparecido no filme anteriormente, dá a entender que apenas traz a cadeira de rodas se receber uma gorjeta, como já tinha recebido anteriormente também. Como Franco já tinha dado tantas gorjetas, ficou sem dinheiro, por isso pergunta se o funcionário pode receber a gorjeta em cartão.

O humor é criado quando o funcionário explica que o processo de ir buscar a cadeira de rodas é muito árduo, quando está a olhar para ela, tudo com o objetivo de receber uma gorjeta. A expressão original utilizada, “i contati” refere-se a dinheiro vivo, ou seja, notas. A legenda opta pela expressão “cheta”, mais coloquial.

4. Questionário sobre opinião do espectador

Até agora, exploraram-se aspetos relacionados com a produção do humor, com a exploração dos temas humorísticos, com os recursos que permitem construir humor, com as teorias que analisam o humor, em todas as suas vertentes, com as dificuldades inerentes à tradução de segmentos humorísticos na legendagem. Faltava, pois, equacionar a perspetiva do espectador, do leitor de uma legenda que contém uma piada traduzida. Como reage o público-alvo a essa tradução? Terá o público-alvo consciência do que se perde (ou ganha) na tradução do humor?

Para tentar perceber alguns hábitos de consumo de legendas por parte dos espectadores, foi criado um questionário. Para além de inquirir os respondentes acerca dos hábitos de consumo de séries e filmes legendados, o questionário contém quatro perguntas acerca da preferência dos inquiridos relativamente à escolha de diferentes legendas para a mesma cena. As cenas em causa são as mesmas analisadas no ponto anterior, e é pedido ao espectador que escolha a legenda de que gosta mais: a original, utilizada pela Netflix, ou uma outra, com uma pequena alteração introduzida na tradução (da minha autoria).

Assim, o questionário tem como objetivo avaliar se, quando o espectador está a ver um filme ou série de comédia, presta atenção a e gosta ou não da tradução da piada na legenda. Para tal, o espectador escolhe a sua legenda preferida, de entre duas opções, uma com uma tradução que tenta adaptar o trocadilho à língua de chegada, neste caso o português, e outra contendo uma tradução mais literal, que não se preocupa tanto em manter o efeito humorístico original. Tal como vimos em 3.4, as cenas escolhidas apresentam duas línguas distintas - inglês e italiano - para tentar perceber se a escolha da legenda do espectador é condicionada pelo seu conhecimento da língua de partida.

O questionário está dividido em duas partes: a primeira contém perguntas cujas respostas permitem traçar o perfil do respondente, espectador, inquirindo também sobre os seus hábitos de consumo de legendagem (anexos 3 a 8); a segunda solicita a escolha entre duas legendas para a mesma cena (anexos 9 a 16). O questionário foi realizado utilizando os Formulários Google, uma vez que são de fácil criação e resposta. Todas as respostas são anónimas. As perguntas, presentes nos anexos 3 a oito, foram escolhidas de modo a tentar perceber os hábitos de consumo dos respondentes, nomeadamente de filmes ou séries de comédia e de legendas. Ou seja, se os respondentes veem regularmente conteúdos humorísticos com recurso a legendagem ou não. As perguntas da segunda parte pedem a escolha entre duas legendas diferentes para a mesma cena. Uma das legendas tenta que haja uma adaptação do elemento humorístico na língua de chegada, a outra faz apenas uma tradução literal da língua de partida, sem tentar manter o elemento humorístico na língua de chegada. O objetivo destas perguntas é tentar perceber se os respondentes preferem uma legenda que mantenha o elemento humorístico ou se não faz diferença e se esta escolha depende do seu conhecimento da língua de partida.

O questionário foi divulgado entre os alunos do Mestrado em Tradução e da Licenciatura em Línguas Modernas da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra; foi também distribuído aos alunos dos cursos livres de italiano do Centro de Línguas da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e publicitado nas redes sociais, nomeadamente no Instagram e no Facebook. O questionário foi divulgado entre alunos de cursos de línguas para poder obter respostas de pessoas com conhecimentos das línguas de partida. Foi, também, divulgado a um público mais geral, nas redes sociais, para tentar obter

respostas de pessoas sem, ou com menos conhecimentos das línguas de partida. O objetivo inicial era de obter 150 respostas, para tentar obter um número equilibrado entre respondentes com conhecimento das línguas de partida e sem conhecimentos das línguas de partida. O prazo de resposta dado aos inquiridos foi de dois meses e, no final, foram obtidas 164 respostas que foram sujeitas a uma análise qualitativa e quantitativa.

4.1 Análise das respostas

Analisemos, em primeiro lugar, o perfil dos respondentes.

A primeira pergunta incidia sobre a faixa etária do espectador. As 164 respostas organizam-se da seguinte forma.

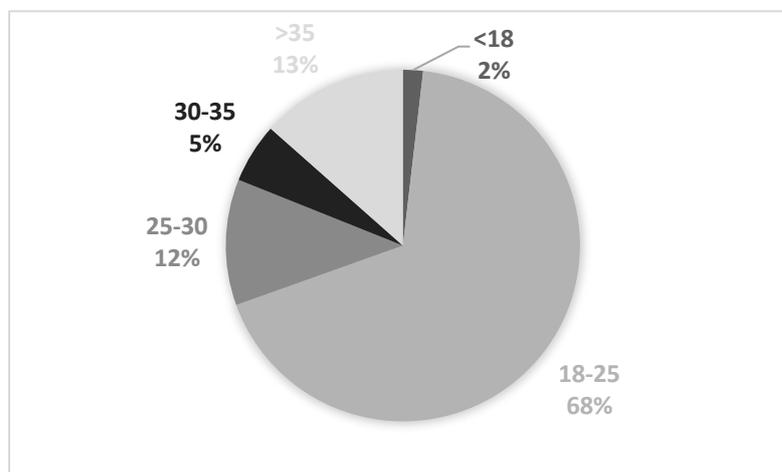


Gráfico 3 - Faixa etária dos espectadores

A grande maioria das respostas provém de pessoas com idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos (68%), tal como era esperado tendo em conta os grupos a quem o questionário foi distribuído. Os grupos de pessoas com mais de 35 anos e com idades compreendidas entre os 25 e 30 anos são os grupos seguintes com maior representatividade, com 13% e 12% das respostas, respetivamente. O grupo dos menores de 18 anos e o grupo com idades compreendidas entre os 30 e 35 anos são os menos representados.

No que toca à língua materna dos espectadores, a esmagadora maioria dos inquiridos indicou a língua portuguesa. Só um dos respondentes especificou que era falante nativo de português do Brasil. Há ainda uma resposta isolada de um inquirido que assinala ser falante nativo de francês. E é de realçar que um dos inquiridos se assumiu como bilingue, assinalando como línguas maternas o português e o francês.

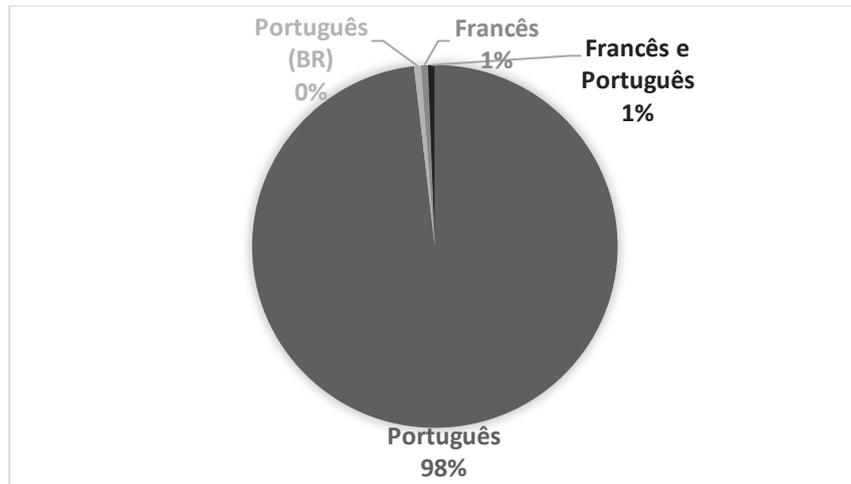


Gráfico 4 - Língua materna dos espectadores

As perguntas seguintes, presentes nos anexos 4 a 6, centram-se nos hábitos de consumo de filmes ou séries de comédia e interrogam os inquiridos acerca da língua em que, preferencialmente, estes programas são vistos. O gráfico seguinte dá conta desses hábitos de consumo. Como se verifica, a grande maioria dos questionados respondeu que vê este tipo de filmes ou séries (94%); apenas uma ínfima parte (6%) não os vê.

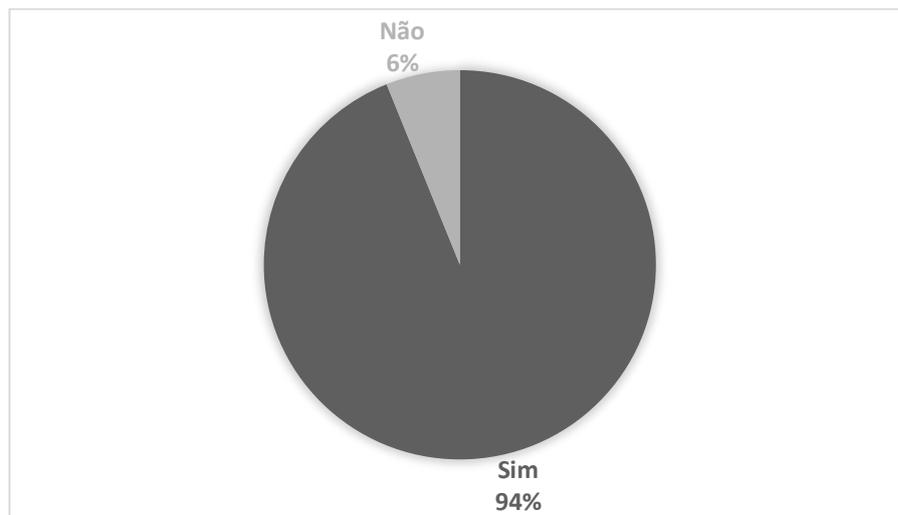


Gráfico 5 - Visionamento de filmes ou séries de comédia

No próximo gráfico, dá-se conta das línguas em que estes programas (filmes e séries de comédia) são vistos. É visível a preponderância do inglês, que representa percentualmente o dobro dos programas vistos em português; é também curioso o incremento do visionamento das séries e dos filmes em espanhol. É residual o interesse dos espectadores pelos filmes e séries em italiano.

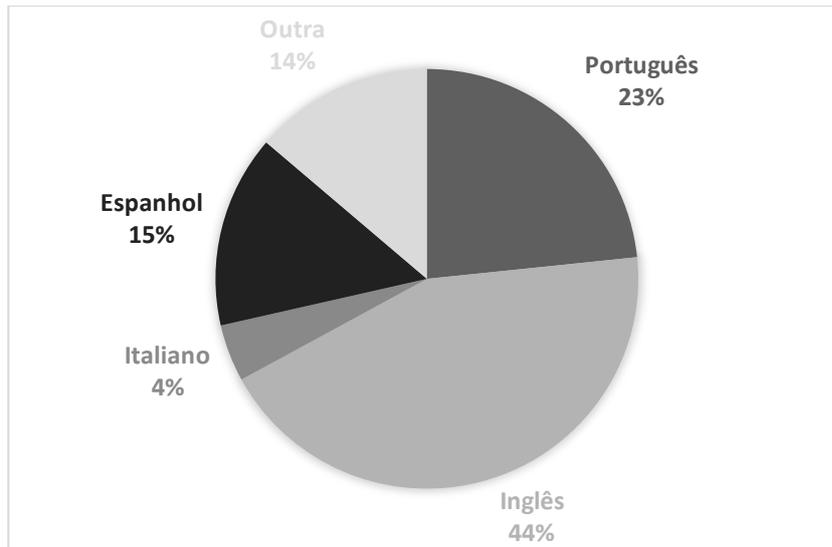


Gráfico 6 - Línguas ouvidas pelo espectador

O inquérito apresentou também uma pergunta relacionada com as preferências dos espectadores relativamente à legendagem e à dobragem e cuja resposta está exposta no gráfico seguinte.

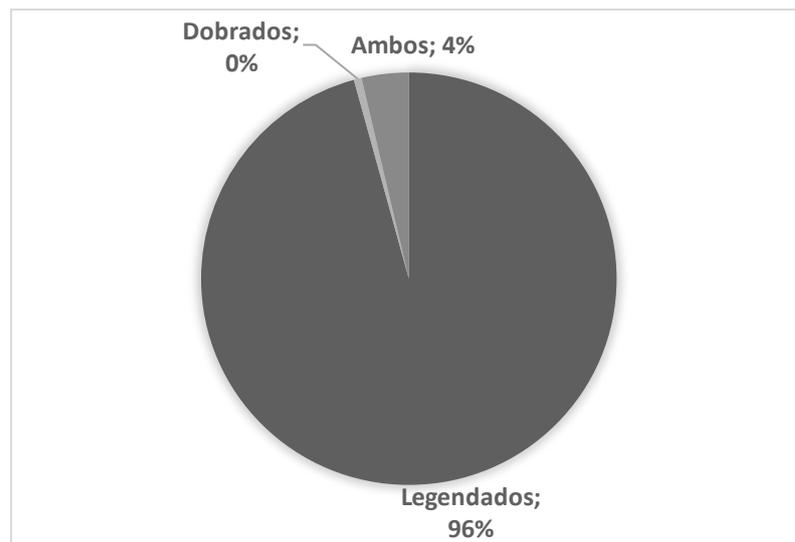


Gráfico 7 - Legendagem vs. dobragem - preferências

Na escolha entre a legendagem e a dobragem, neste caso ambas para o português, a grande maioria dos espectadores, 96%, opta pela legendagem. A preferência pela dobragem foi demonstrada por apenas um espectador neste inquérito. No entanto, foram seis os espectadores que não mostraram uma clara preferência por uma das modalidades, consumindo filmes e séries tanto legendados como dobrados.

Uma outra pergunta incidia sobre a opção de ativar ou desativar legendas. Observemos as respostas no gráfico seguinte:

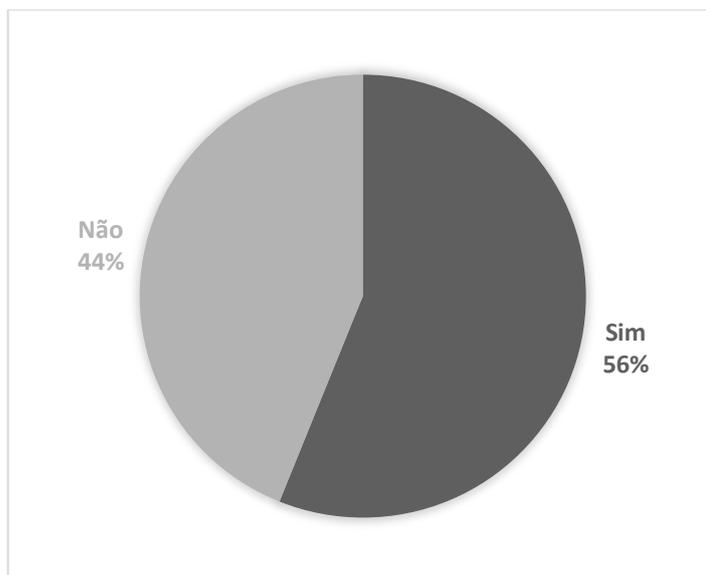


Gráfico 8 - Desativação de legendas

Interessante é, também, perceber por que razão é que 56% dos espectadores optam por desativar as legendas dos filmes e séries que veem. Na pergunta, de resposta livre, sobre as razões da desativação das legendas, a principal razão apontada pelos inquiridos relaciona-se com a língua de partida do filme ou da série: se se tratar de inglês, as legendas são desativadas porque o espectador tem uma boa compreensão da língua. Mas, quando o espectador está a aprender a língua de partida, também pode optar por desativar as legendas para ajudar ao seu estudo. Há, também, quem tenha apenas preferência por ouvir as piadas ditas na língua de partida e não queira ser distraído pelas legendas na língua de chegada. Outro motivo comum apontado é o facto de estes espectadores que desativam as legendas tentarem evitar ler erros nas legendas.

As perguntas seguintes, acerca da capacidade do espectador em perceber se as legendas contêm omissões ou erros, envolvem, naturalmente, apreciações subjetivas. Por isso, apesar de uma pessoa dizer que sim ou que não, tal não significa necessariamente que preste sempre atenção a estes erros ou que neles repare sempre que ocorrem.

Vejamos, em primeiro lugar, as respostas dos inquiridos relativamente às omissões.

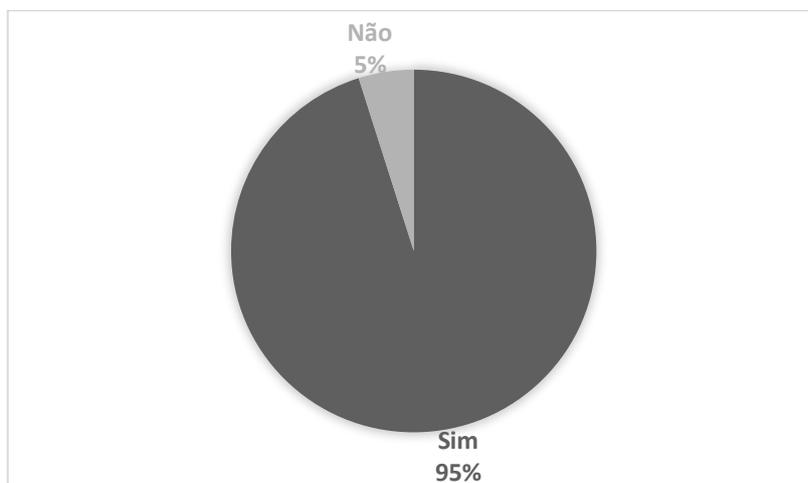


Gráfico 9 - Consciência de omissões na legenda

À pergunta sobre a frequência com que detetavam erros ortográficos na legenda, os inquiridos responderam da seguinte forma:

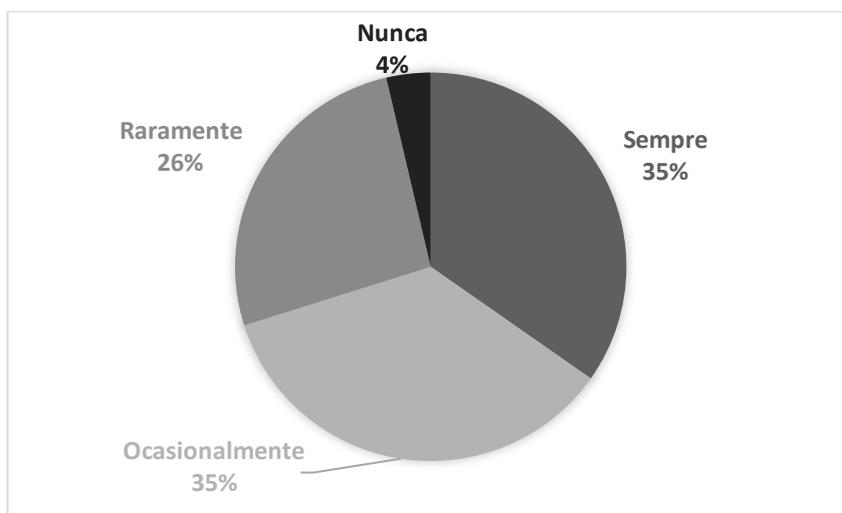


Gráfico 10 - Frequência de deteção de erros ortográficos na legenda

A maior parte das pessoas questionadas diz notar quando ocorrem omissões ou erros ortográficos nas legendas dos filmes e séries que veem. Se o compararmos com o gráfico anterior, verifica-se que o número de inquiridos que dá conta de erros ortográficos na legenda é relativamente menor face ao número de pessoas que detetam omissões.

O gráfico que se segue exhibe o grau de desconforto do espectador perante erro ou omissão.

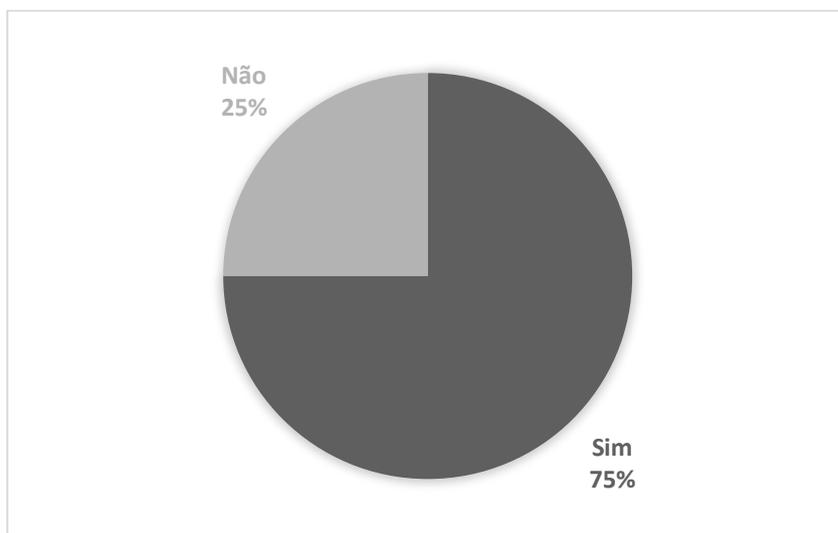


Gráfico 11 - Incomodidade perante erro ou omissão

Quando inquiridos sobre o seu desconforto perante a existência de um erro ou omissão na legenda do filme ou série, 75% dos espectadores disseram que sim, por isso parece que, de facto, a maioria dos espectadores presta atenção às legendas dos filmes e séries que veem.

As duas perguntas seguintes, pedindo uma autoavaliação do espectador relativamente aos seus conhecimentos de inglês e italiano, são relevantes para a análise da escolha de cenas, uma vez que um dos objetivos deste questionário era perceber se o entendimento da língua de partida por parte do

espectador afetaria a atenção dada às legendas. Para o respondente poder fazer a sua autoavaliação, foi usado o Quadro Europeu Comum de Referência (QECR), sistema usado para avaliar as competências linguísticas de uma pessoa. São seis os níveis comuns de referência do QECR: A1 e A2, utilizador elementar; B1 e B2, utilizador independente; e C1 e C2, utilizador proficiente.

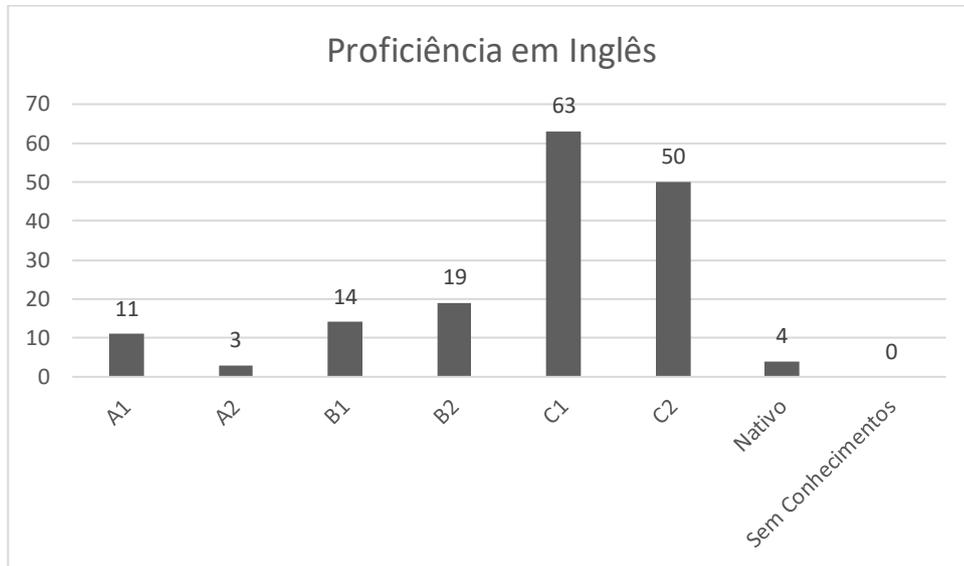


Gráfico 12 - Autoclassificação do espectador do seu conhecimento de inglês

No caso do inglês, a maior parte dos questionados classifica o seu conhecimento como sendo de nível B2 ou superior, tal como era esperado. De notar que quatro pessoas classificam o seu conhecimento como sendo equivalente ao de um “nativo”; no entanto, na pergunta relativa à língua nativa do questionado não existe nenhuma resposta que mencione o inglês.

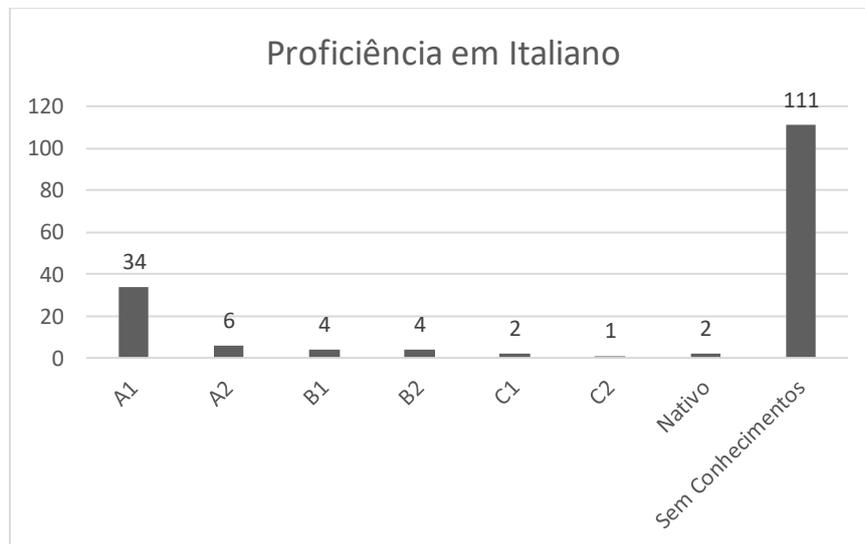


Gráfico 13 - Autoclassificação do espectador do seu conhecimento de italiano

Já na classificação dos conhecimentos de italiano, a grande maioria dos questionados responde que não tem conhecimentos da língua. Uma pequena parte classifica o seu conhecimento como de nível A1 ou A2. Tais respostas também eram esperadas. Mais uma vez, existem duas respostas de

classificação de conhecimento da língua como “nativo”, apesar de, na pergunta da escolha da língua materna do questionado, não existir nenhuma resposta que indique o italiano.

As quatro perguntas seguintes correspondem à segunda parte do questionário e são as que solicitam a escolha de legenda para a mesma cena. As cenas 1 e 2 são da série “Bojack Horseman”, as cenas 3 e 4 são do filme “Natale a 5 Stelle”.

A cena em apresenta Bojack e Sarah Lynn – a representar na série “Horsin’ Around” – que estão a conversar na cozinha. Nesta cena, o momento humorístico é o trocadilho realizado pela personagem de Bojack com as palavras “hey” e “hay”. Quando a personagem de Sarah Lynn lhe diz olá, neste caso “hey”, Bojack responde que adora “hay”, um claro trocadilho, dado o facto de ele ser um cavalo.

No questionário, os espectadores eram instados a escolher a legenda de que gostavam mais para esta cena: a legenda existente na Netflix, que joga com a fórmula de saudação “Olá” e a conhecida marca de gelados (com o mesmo nome) – legenda A, ou uma outra legenda que traduz literalmente o trocadilho, ou seja, Sarah Lynn a dizer “olá” e Bojack a responder com a expressão “adoro palha” – legenda B.

4.1.1 Análise Cena 1

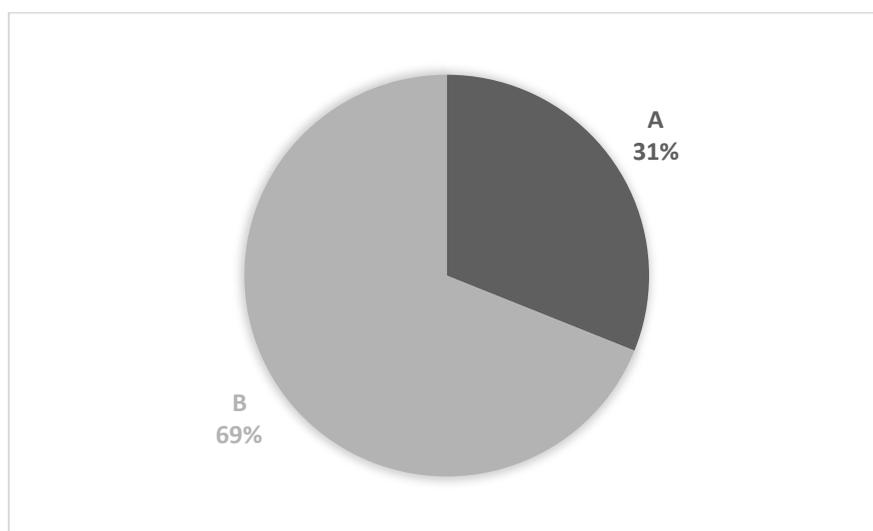


Gráfico 14 - Cena 1: Preferência por legenda

Curiosamente, a maior parte dos espectadores, 69%, escolheu a legenda B, em que é realizada uma tradução literal do trocadilho, sem nenhuma tentativa de criação de um trocadilho novo na legenda da língua de chegada.

Cruzando esta resposta com o nível de proficiência, em inglês, dos inquiridos, para tentar perceber se haveria alguma razão para esta escolha da legenda B, o resultado deu conta do seguinte:

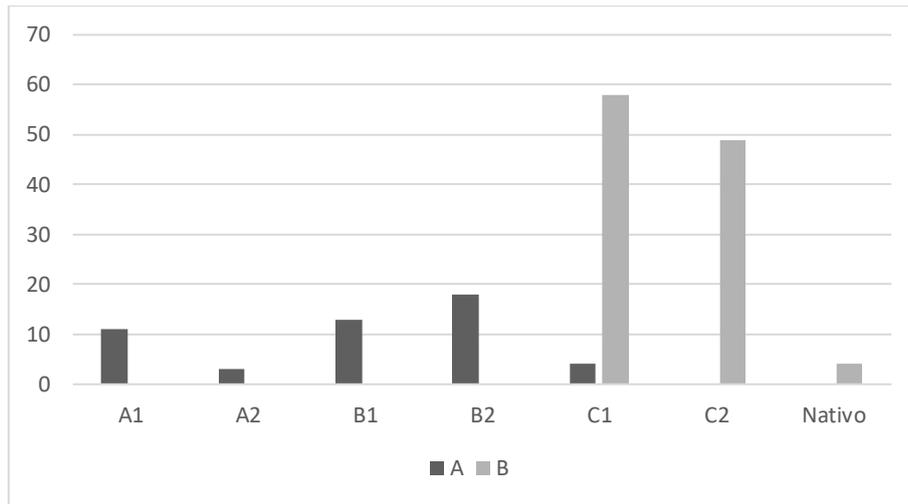


Gráfico 15 - Cena 1: Nível de proficiência em inglês e escolha da legenda

É interessante reparar que quem escolhe a legenda B, ou seja, a tradução literal, é quem se considera ter um nível de língua igual ou superior a C1, ou seja, quem não precisa das legendas para entender a língua de partida. Esta é possivelmente a razão para o facto de a legenda B ter sido a mais escolhida pelos espectadores. A legenda A, por seu turno, com um trocadilho na língua de chegada, recebeu os votos dos espectadores com um nível mais baixo de língua inglesa, principalmente entre o A1 e o B2. Talvez por não entenderem tão bem a língua de partida, estes espectadores necessitem de ver o trocadilho na língua de chegada para poderem entender a piada.

4.1.2 Análise Cena 2

Na segunda cena, ainda da série “Bojack Horseman”, Bojack está a falar ao telefone com a sua agente, Princess Carolyn, que é um gato. Na língua de partida, Bojack chama Carolyn de “catty”, um trocadilho, uma vez que Carolyn é de facto um gato e a palavra “catty” deriva da palavra “cat”. As legendas alternativas para esta cena eram também duas: a original da Netflix, em que se usa o termo “assanhada”, que mantém a conotação com gato (legenda C), e outra com o termo “mazinha”, que não tem esse valor (legenda D).

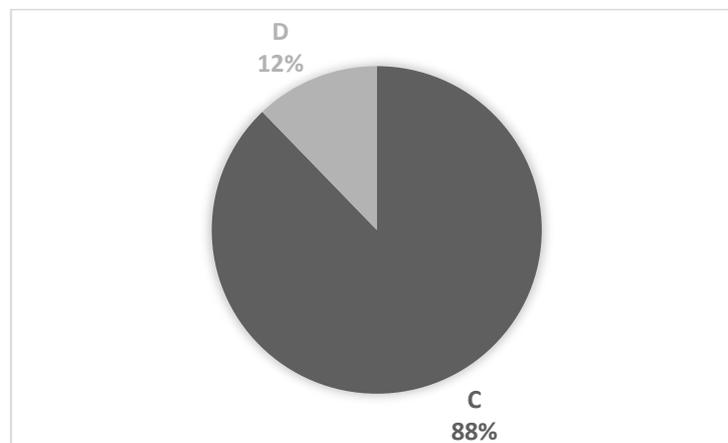


Gráfico 16 - Cena 2: Escolha de legenda

Nesta cena, os espectadores optaram, obviamente, pela legenda da Netflix, que utiliza a palavra “assanhada” e consegue manter a conotação criada pela língua de partida. Os comentários deixados no final do questionário sobre esta cena dizem que é preferível que a legenda tente criar também uma piada e não apenas uma tradução literal.

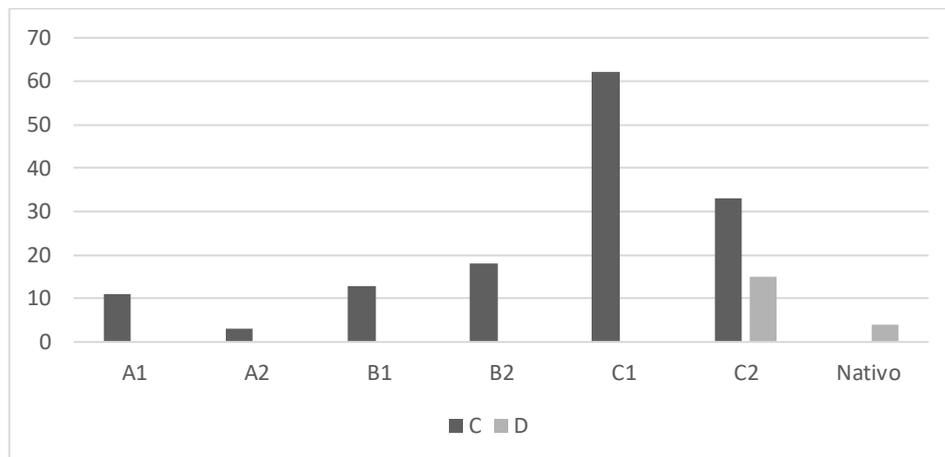


Gráfico 17 - Cena 2: Nível de proficiência em inglês e escolha da legenda

Mais uma vez, os espectadores que optam por uma legenda em que a palavra escolhida não tem as mesmas conotações que a palavra original são os que têm um nível de língua mais alto, C2, ou o que o espectador que se diz nativo. No entanto, neste caso, são mais os espectadores a escolher a legenda C, original da Netflix, em todos os níveis de língua, excepto o que se diz nativo.

4.1.3 Análise Cena 3

A terceira cena, já do filme italiano, mostra três personagens a tentar esconder o corpo do jornalista que tentou entrar no quarto do primeiro-ministro italiano. A escolha da legenda implicava optar pela original da Netflix, em que se usa o termo “piela” (legenda E), ou por outra, modificada, em que se usa a expressão “bebeu demais” (legenda F). A legenda modificada, apesar de manter o significado da língua de partida, não mantém o mesmo estilo de linguagem coloquial do original, a qual cria uma maior comicidade na cena.

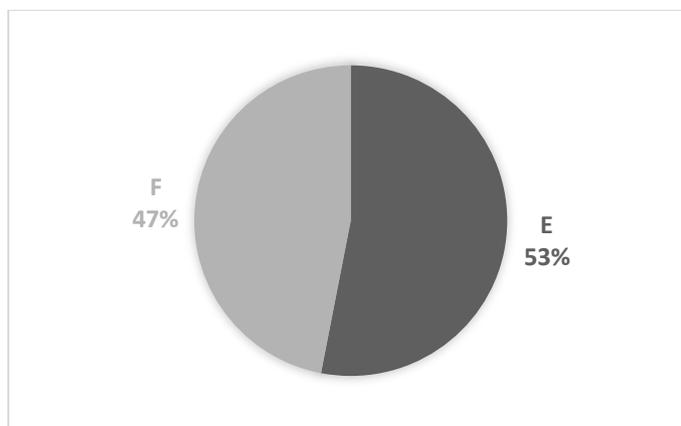


Gráfico 18 - Cena 3: Preferência por legenda

Nesta cena, as respostas não apresentam um resultado tão demarcado como nos dois casos anteriores anteriores. A legenda E, original da Netflix, foi a mais escolhida pelos espectadores, com 53%.

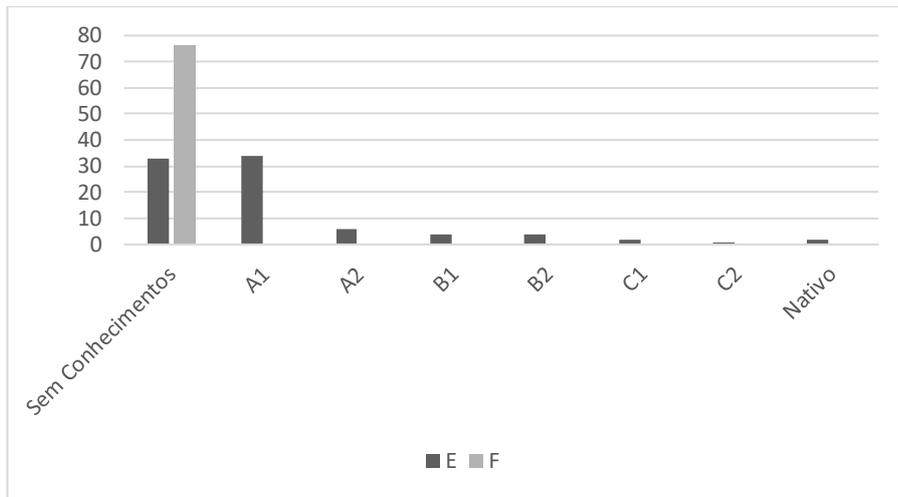


Gráfico 19 - Cena 3: Nível de proficiência em italiano e escolha da legenda

A escolha da legenda F, a modificada, foi feita pela totalidade dos espectadores sem qualquer conhecimento da língua italiana. Tal era de esperar, uma vez que, não conhecendo a língua, não conhecem a expressão utilizada e a comicidade e aspeto físico do ato de beber que transmite. Todos os espectadores com algum conhecimento da língua, desde o nível A1 ao C2, escolheram a legenda E, original da Netflix.

4.1.4 Análise Cena 4

A cena quatro, do filme italiano, segue o primeiro-ministro italiano a pedir, a um funcionário do hotel onde está hospedado, uma cadeira de rodas para transportar o corpo do jornalista morto. A expressão original “i contati” foi traduzida na legenda da Netflix por “cheta”. Neste caso, o original refere-se apenas a dinheiro vivo e não é, necessariamente, uma expressão coloquial como a escolhida pela legenda. A pergunta feita aos espectadores era se preferiam a expressão usada pela Netflix, “cheta” (legenda G), ou a expressão utilizada pela legenda modificada, que utiliza apenas “dinheiro” (legenda H).

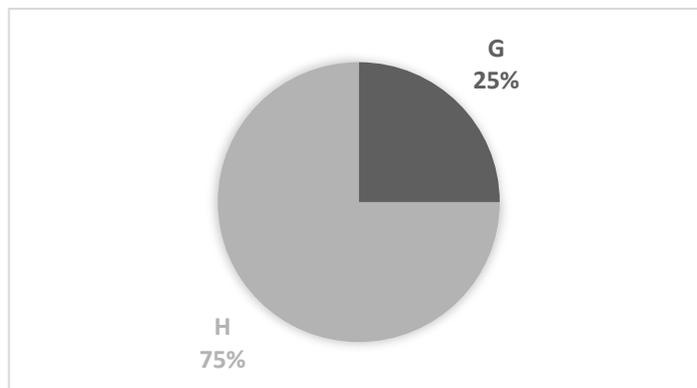


Gráfico 20 - Cena 4: Preferência por legenda

A legenda H, a modificada, foi a clara vencedora entre os espectadores questionados, que a preferiram ao uso da expressão mais coloquial escolhida pela tradução da Netflix.

Um dos comentários feitos sobre esta última cena, menciona que o uso da expressão mais coloquial “cheta” torna o discurso mais vulgar. Talvez por isso, mais espectadores tenham optado pela legenda modificada.

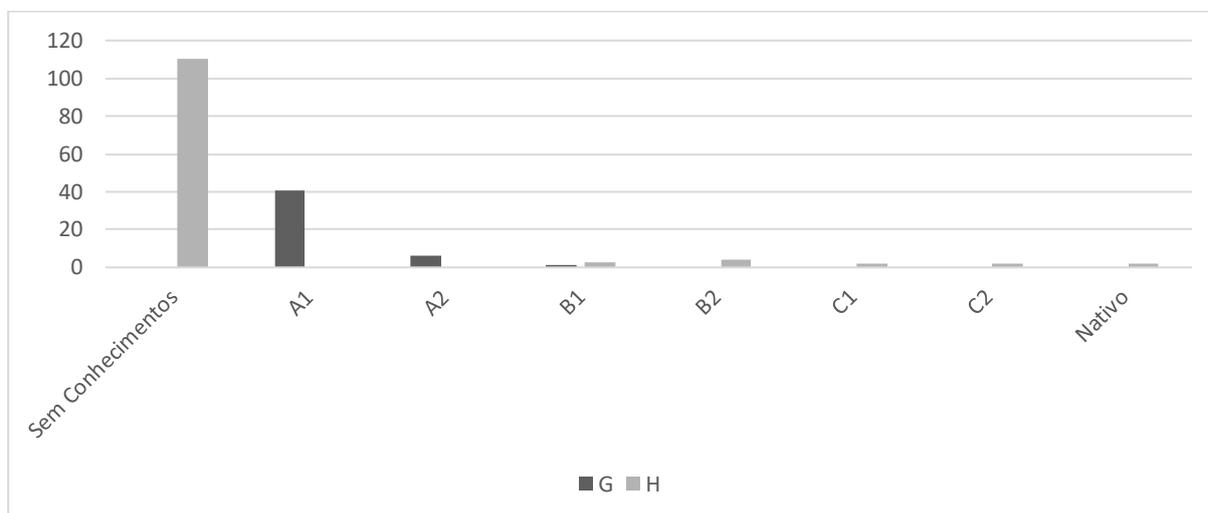


Gráfico 21 - Cena 4: Nível de proficiência em italiano e escolha da legenda

É interessante reparar que tanto os espectadores sem quaisquer conhecimentos da língua como os espectadores com um nível mais alto de conhecimentos, do B2 ao C2, escolheram todos a legenda modificada. Apenas os espectadores com um nível mais baixo de conhecimento da língua optaram pela legenda original. Os espectadores com um nível mais alto de língua talvez tenham escolhido a versão modificada por perceberem a expressão original e saberem que não se trata de uma expressão coloquial. Curioso é os espectadores sem qualquer conhecimento da língua italiana terem feito a mesma escolha.

Apesar da exiguidade da amostra aqui apresentada, com muitas limitações, e apesar de ser possível perceber algumas tendências (pelo menos) aparentemente contraditórias, podem traçar-se algumas tendências relativas à opinião do espectador.

Assim, é possível concluir que os espectadores questionados prestam atenção às legendas que veem em filmes e séries, de comédia ou não. Podemos concluir, também, que os espectadores preferem e gostam quando a legenda portuguesa faz um esforço por fazer passar a comicidade da língua de partida, mesmo quando tem de divergir dessa língua. Também se tornou claro que, quando os espectadores conhecem e estão confortáveis com a língua de partida, a legenda se torna menos relevante, sendo também irrelevante para o espectador se a legenda tenta recriar uma piada quando a tradução da original da língua de partida é impossível.

Concluindo, o trabalho do tradutor/legendador de filmes e séries cómicas parece ser apreciado pelos espectadores que responderam às perguntas de seleção destes filmes e séries.

Conclusão

Este relatório foi realizado com o objetivo de discutir os problemas e as dificuldades inerentes à tradução do humor na legendagem. Teve como base um estágio curricular por mim efetuado na empresa Sintagma, durante o qual tive a oportunidade de traduzir alguns excertos em que o humor estava presente.

Depois de realizar o estágio curricular, onde aprendi quais as diferenças entre outros tipos de tradução e a tradução audiovisual, consegui perceber melhor quais as grandes dificuldades da legendagem: a grande redução que é necessário fazer ao texto de partida e as limitações de caracteres e tempo. Aprendi como resolver os problemas que estas restrições criam e que estratégias utilizar.

Assim, não é surpreendente que a tradução do humor na legendagem seja especialmente desafiante. O tradutor tem, não só de traduzir todo o diálogo do texto de partida, mas também de arranjar soluções criativas para o humor presente no filme ou na série em questão, uma vez que, na maior parte do tempo, uma tradução literal não faz sentido na língua de chegada nem mantém a mesma intenção humorística pretendida. Então, por vezes, é necessário criar uma piada completamente nova na língua de chegada, já que nem é possível utilizar na legendagem uma nota de tradutor que explique a intenção do texto de partida.

Os modelos teóricos propostos por Attardo e Young serviram de base à minha análise de algumas cenas cómicas, duas com inglês como língua de partida e duas com italiano como língua de partida. Dos fatores internos, o parâmetro da língua teve sempre de mudar, tendo em conta que se trata de uma tradução e foi necessário mudar a língua de partida para a língua de chegada. Os restantes fatores internos foram mantidos na legenda traduzida. Já os fatores externos não tiveram tanta relevância nas cenas escolhidas.

O fim último da legendagem é fazer com que o público a compreenda, sinta o filme, a série ou o documentário, não sinta que há discrepâncias entre o que vê, ouve e lê. Por isso tomei a decisão de incluir neste relatório a visão desse público. Com esse objetivo em mente, foi criado um inquérito que me permitisse avaliar a opinião do espectador sobre as escolhas de tradução de segmentos humorísticos. Assim, os resultados mostram que os espectadores parecem gostar mais de legendas que tentam transmitir a piada do texto de partida, mesmo quando é necessário fazer uma adaptação na língua de chegada. No entanto, quanto maior é o nível de conhecimento e compreensão da língua de partida do espectador, menos isto é verdade. Quando o espectador tem uma maior competência linguística na língua de partida, prefere uma legenda com uma tradução mais literal da piada do texto de partida a uma legenda que tenta adaptar essa piada à língua e à cultura de chegada. Isto talvez signifique que esse espectador dotado de competências linguísticas na língua de partida centrará mais a sua atenção no que ouve no original e menos no que lê na legenda. Pelo contrário, o espectador com menos conhecimentos na língua de partida terá de depender quase totalmente da legenda, por isso será útil uma legenda adaptada que, de alguma forma, transfira o humor para a sua língua materna.

Como se vê pela amostra aqui analisada, será sobretudo para este último público que o trabalho de tradução dos segmentos humorísticos é importante e crucial, pois, sem esse trabalho, esse público não captará todas as subtilezas semânticas que tornam a série ou o filme mais ricos. É neste sentido que é

possível concluir que o trabalho e esforço criativo do tradutor/legendador é apreciado pelos espectadores, que gostam de legendas mais criativas e de boa qualidade.

Bibliografia

- Alves, J. M. (Ed.). (2001). *Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas - Aprendizagem, ensino, avaliação*. Asa.
https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/Basico/Documentos/quadro_europeu_comum_referencia.pdf
- Asimakoulas, D. (2004). Towards a Model of Describing Humour Translation. *Meta*, 49(4), 822–842.
<https://doi.org/10.7202/009784ar>
- Attardo, S. (2002). Translation and Humour. *The Translator*, 8(2), 173–194.
<https://doi.org/10.1080/13556509.2002.10799131>
- Bucaria, C. (2021). Between marketing and cultural adaptation: The case of comedy film titles in Italy. In M. Dore (Ed.), *Humour translation in the age of multimedia*. Routledge.
- Chiaro, D. (2006). *The Language of Jokes: Analyzing Verbal Play* (1st edition). Routledge.
- Chiaro, D. (2009). Issues in audiovisual translation. In J. Munday (Ed.), *Routledge companions. The Routledge companion to translation studies*. Routledge.
- Chiaro, D. (2018). *The Language of Jokes in the Digital Age: Viral Humour* (First edition). Routledge.
- Chiaro, D. (2021). Humour translation in the digital age. In M. Dore (Ed.), *Humour translation in the age of multimedia*. Routledge.
- Coelho, C. M. O. (2011). *A Tradução Audiovisual do Humor Verbal como Processo Criativo* [Dissertação]. Universidade do Porto, Porto. <https://hdl.handle.net/10216/57405>
- Díaz Cintas, J. (2020). Technological Strides in Subtitling. In S. Chan (Ed.), *The Routledge encyclopedia of translation technology*. Routledge, Taylor et Francis Group.
- Díaz Cintas, J., & Remael, A. (2020). *Subtitling: Concepts and Practices* (1st edition). Routledge.
- Grice, P. (1993). *Studies in the way of words* (3. print). Harvard Univ. Press.
- Hillman, R. (2011). Spoken Word to Written Text: Subtitling. In K. Malmkjær & K. Windle (Eds.), *Oxford handbooks in linguistics. The Oxford handbook of translation studies*. Oxford University Press.
- Leeuw, E. D. de, Hox, J. J., & Dillman, D. A. (Eds.). (2009). *International handbook of survey methodology*. Psychology Press.
- Martínez Sierra, J. J., & Zabalbeascoa, P. (2017). Humour as a symptom of research trends in translation studies. *MonTI*, 9, pp. 9–27.
- Pai, A. F. (2021). A corpus-based approach to the study of subtitling humour. In M. Dore (Ed.), *Humour translation in the age of multimedia*. Routledge.
- Pelsmaekers, K., & van Eesien, F. (2002). Subtitling Irony. *The Translator*, 8(2), 241–266.
<https://doi.org/10.1080/13556509.2002.10799134>
- Porto Editora. *Expressões idiomáticas*. [https://www.infopedia.pt/\\$expressoes-idiomaticas](https://www.infopedia.pt/$expressoes-idiomaticas)
- Porto Editora. *Sátira*. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/s%C3%A1tira>
- Raphaelson-West, D. S. (1989). On the Feasibility and Strategies of Translating Humour. *Meta: Journal Des Traducteurs*, 34(1), 128. <https://doi.org/10.7202/003913ar>
- Singh, R. K. (2012). Humour, irony and satire in literature. *International Journal of English and Literature (IJEL)*, Vol. 3(Issue 4), pp. 65–72.
- Vandaele, J. (1999). “Each time we laugh” translated humour in screen comedy. In J. Vandaele (Ed.), *Translation and the (re)location of meaning : selected papers of the CETRA research seminars on translation studies 1994-1996*. CETRA / KULeuven.
- Veiga, M. J. A. (2006). *O Humor na Tradução para Legendagem: Inglês/Português* [Dissertação]. Universidade de Aveiro, Aveiro. <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/4735/1/207370.pdf>

Young, T. S. (2007). Towards a humour translation checklist for students of translation. *Interlingüística*, 17(981-988).

Filmografia

Bob-Wasberg, R (Writer), & Moser, J (Director). (2014, August 22). The Bojack Horseman Story, Chapter 1 (Season 1, Episode 1) [TV series episode]. In W. Arnett, R. Bob-Waksberg, N. Bright (Executive Producers), *Bojack Horseman*. ShadowMachine, Tornante Company.

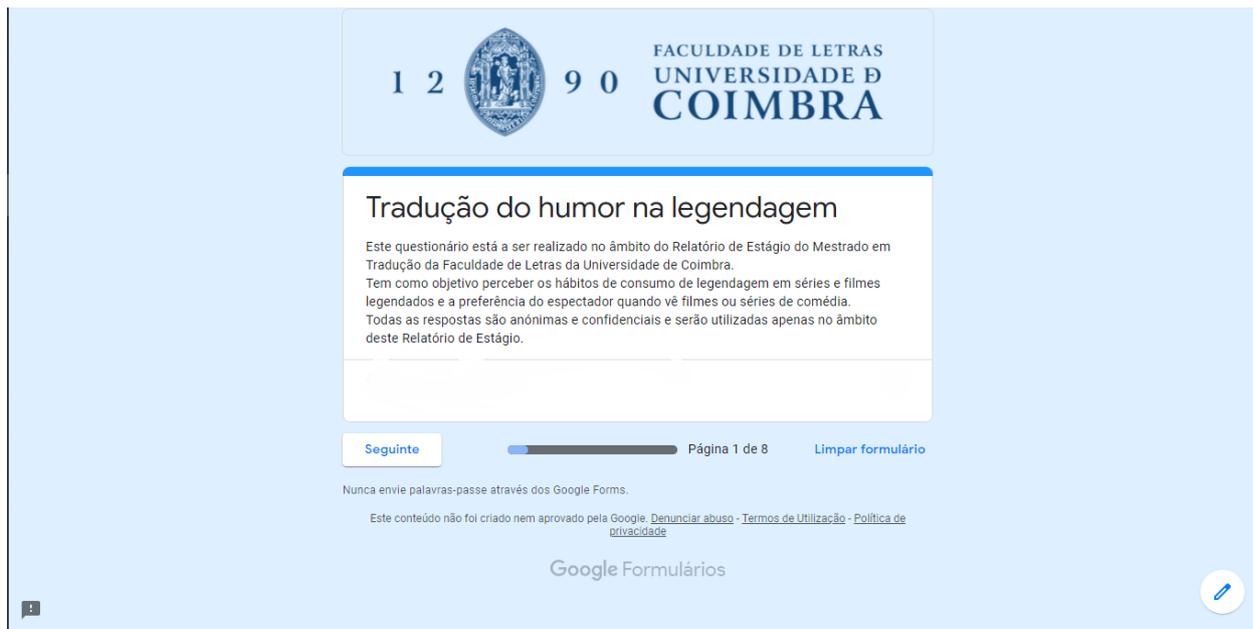
Bob-Wasberg, R (Writer), & Gonzales, JC (Director). (2014, August 22). Bojack Hates the Troops (Season 1, Episode 2) [TV series episode]. In W. Arnett, R. Bob-Waksberg, N. Bright (Executive Producers), *Bojack Horseman*. ShadowMachine, Tornante Company.

Risi, M. (Director). (2018). *Natale a 5 Stelle* [Film]. Lucky Red.

ANEXOS



Anexo 1 Post promocional do questionário nas redes sociais



Anexo 2 Página inicial questionário

Tradução do humor na legendagem

***Obrigatório**

Hábitos de Consumo

Esta secção foca-se nos hábitos de consumo de legendagem principalmente em filmes ou séries de comédia.

Selecciona a tua faixa etária. *

<18

18-25

25-30

30-35

>35

Anexo 3 Página 1 do questionário

Qual é a tua língua materna? *

A sua resposta _____

Vês filmes ou séries de comédia? *

Sim

Não

Em que línguas vês filmes e séries? *

Português

Inglês

Italiano

Espanhol

Outra

Se for outra, em que língua é?

A sua resposta _____

Anexo 4 Continuação da página 1 questionário

Filmes e séries estrangeiros vês com legendas ou dobrados em português? *

Legendados

Dobrados

Ambos

Há alguma ocasião em que desativas as legendas? *

Sim

Não

Se sim, quando?

A sua resposta _____

Quando vês algo legendado, notas se falta algo que está a ser dito na legenda? *

Sim

Não



Anexo 5 Continuação da página 1 do questionário

Quando vês algo legendado, com que frequência notas se algo que foi dito foi mal traduzido na legenda? *

Sempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

Quando vês algo legendado, com que frequência notas se há erros ortográficos na legenda? *

Sempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

Quando notas num erro ou omissão, sentes-te incomodado?

Sim

Não



Anexo 6 Continuação da página 1 do questionário

Conhecimentos de língua

Esta secção foca-se no conhecimento de línguas estrangeiras em que podes ver filmes ou séries. Se não conheceres os níveis do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas ou tiveres alguma dúvida, podes consultar o seguinte link: <https://www.uc.pt/fluc/ci/dioloimas/qecr>.

Como classificarias o teu conhecimento de inglês? *

- A1 (utilizador básico ou elementar)
- A2
- B1 (utilizador independente)
- B2
- C1 (utilizador proficiente)
- C2
- Nativo
- Sem conhecimentos

Anexo 7 Página 2 do questionário

Como classificarias o teu conhecimento de italiano? *

- A1 (utilizador básico ou elementar)
- A2
- B1 (utilizador independente)
- B2
- C1 (utilizador proficiente)
- C2
- Nativo
- Sem conhecimentos

Anexo 8 Continuação da página 2 do questionário

Comparação de legendas

Vê os dois vídeos seguintes e depois escolhe a legenda que gostas mais.

Cena A



Oh, olé.
- Onde? Eu adoro gelados!

Anexo 9 Página 3 do questionário

Cena B



Que legenda gostas mais? *

A

B

Anexo 10 Continuação da página 3 do questionário

Comparação de legendas

Vê os dois vídeos seguintes e depois escolhe a legenda que gostas mais.

Cena C



Ver no  YouTube

Anexo 11 Página 4 do questionário

Cena D



Que legenda gostas mais? *

C

D

Anexo 12 Continuação da página 4 do questionário

Comparação de legendas

Vê os dois vídeos seguintes e depois escolhe a legenda que gostas mais.

Cena E



Anexo 13 Página 5 do questionário

Cena F



Que legenda gostas mais? *

E

F

Anexo 14 Continuação da página 5 do questionário

Comparação de legendas

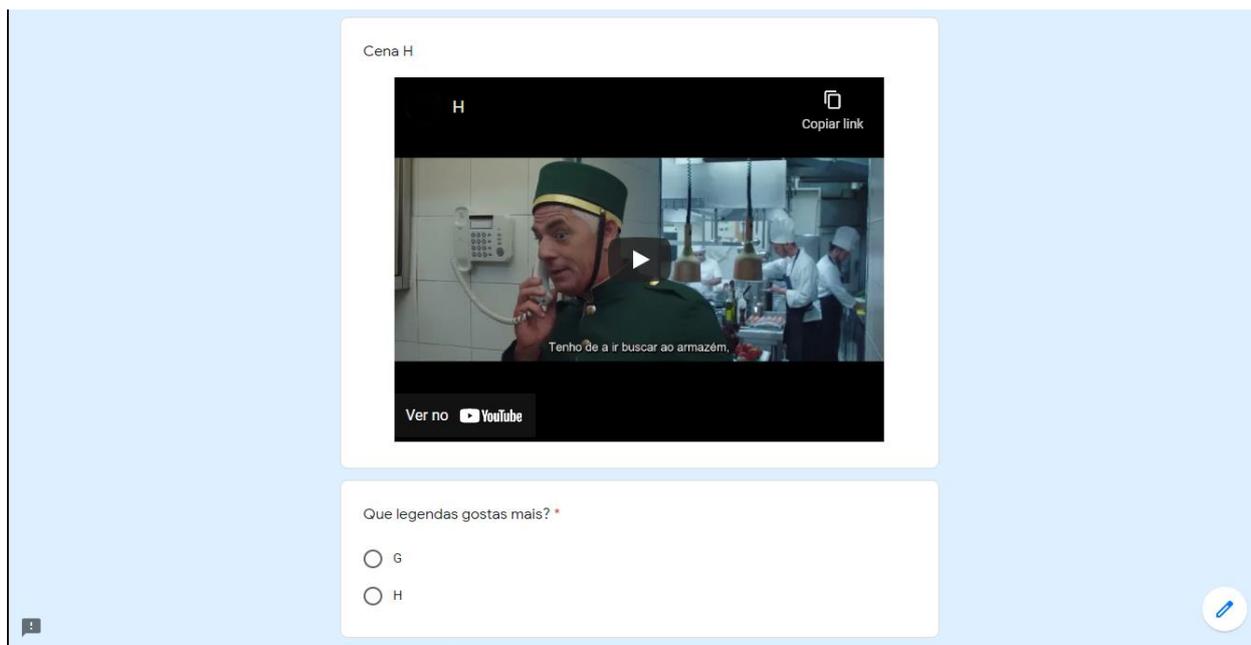
Vê os dois vídeos seguintes e depois escolhe a legenda que gostas mais.

Cena G



Ver no  YouTube

Anexo 15 Página 6 do questionário



Anexo 16 Continuação da página 6 do questionário



Anexo 17 Página final do questionário

Cena 1	
Legenda A	https://youtu.be/JS-FWX6qVwY
Legenda B	https://youtu.be/PTb_V0HnIG4

Anexo 18 Links vídeos cena 1

Cena 2	
Legenda C	https://youtu.be/WNwv8IDKxHY

Legenda D	https://youtu.be/CyPyVFEzstg
-----------	---

Anexo 19 Links vídeos cena 2

Cena 3	
Legenda E	https://youtu.be/rPra9GbAwiM
Legenda F	https://youtu.be/SVb9FjLv4DI

Anexo 20 Links vídeos cena 3

Cena 4	
Legenda G	https://youtu.be/VcOKLv0HzjU
Legenda H	https://youtu.be/9GeRwMMvOvU

Anexo 21 Links vídeos cena 4