



Ministério da Educação
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM
Minas Gerais – Brasil
Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas
Reg.: 120.2.095–2011 – UFVJM
ISSN: 2238-6424
Nº. 02 – Ano I – 10/2012
<http://www.ufvjm.edu.br/vozes>

A recepção da dublagem e da legendagem no Brasil

Jamille Santos Alves Ramos
Mestranda em língua e cultura pela
Universidade Federal da Bahia - UFBA
E-mail: milley_santos@yahoo.com.br

Resumo: As diferentes culturas procuram todo o tempo modos de intercâmbio ordenado entre si e é nesse íterim que a tradução se apresenta como solução viável e muitas vezes imprescindível para as mesmas. Esse artigo visa discutir a capacidade da tradução ser considerada acima de tudo uma atividade cultural.

Palavras-chave: Cultura. Tradução. Tradução audiovisual.

Introdução

A habilidade de comunicar é base elementar e fundamental em qualquer sociedade organizada. Compartilhar experiências, dividir tarefas, agregar pessoas torna a comunicação um elemento indispensável na cadeia de dependência mútua a qual somos expostos diariamente.

A comunicação sempre foi um dos principais instrumentos de interação entre os indivíduos. Seja por meio da fala, de imagens, de sinais a comunicação pode proporcionar um senso de conhecimento tanto de si mesmo quanto do “outro”.

Entretanto, nem sempre essa operação se realiza como previsto, pois é necessário que ambos os envolvidos no processo possam decodificar satisfatoriamente os códigos em questão. Essa dificuldade de decodificação é bem nítida entre pessoas de culturas diferentes e que não compartilham da mesma língua.

1. A importância da tradução

O filósofo francês Jacques Derrida (2002) constrói uma belíssima metáfora, quando evoca o mito bíblico da Torre de Babel. No mito em questão os homens reuniram-se para construir uma torre que os levasse aos céus e os tornasse como deuses. Mas, quando Deus se apercebeu do seu intento, confundiu as línguas, para que os homens não pudessem se entender, sustando, assim a construção da torre. Essa analogia suscita não apenas uma reflexão sobre a importância, como também sobre a necessidade da tradução.

A tradução quase sempre foi vista como um processo de transposição exclusivamente linguística, isto é, um processo que desconsidera os aspectos culturais, políticos e socioeconômicos que entram em jogo no curso da sua prática. A tradução não é a mera decodificação de palavras, e os estudos sistemáticos que vêm sendo realizados nos meios acadêmicos, por todo o mundo, demonstram a profundidade dessa área de pesquisa extremamente rica e diversa.

O linguista Roman Jakobson (1969, p.63) incidiu uma nova luz no campo dos estudos tradutórios, quando propôs uma expansão para o termo tradução. Além da já conhecida Tradução Interlingual (realizada de uma língua para outra), Jakobson introduz os conceitos de Tradução Intralingual (realizada dentro da mesma língua) e a Tradução Intersemiótica

“[...] ou transmutação [...] por ele definida como sendo aquele tipo de tradução que “consiste na interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não verbais”, ou “de um sistema de signos para outro, por exemplo, da arte verbal para a música, a dança, o cinema ou a pintura”, ou vice-versa, poderíamos acrescentar”. (PLAZA, 2008).

Por ser um linguista reconhecido e respeitado internacionalmente, Jakobson validou um ramo de estudos que, prioritariamente, era atrelado estritamente aos estudos linguísticos. Suas conclusões passaram, então, a descortinar um panorama inteiramente novo de possibilidades de análises no âmbito dos Estudos da Tradução.

Na década de 1920, Walter Benjamin escreve seu aclamado texto “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, texto em que discute diversos temas, tais como, o papel do autor e a dificuldade de se acessar o texto de partida, envolto na aura que envolve a obra de arte. Esses são alguns dos temas que podem ser considerados importantes para quem trabalha com tradução, independente da modalidade que propõe considerar.

Benjamin leva-nos a refletir sobre como a reprodutibilidade afeta a perspectiva dos indivíduos em relação ao chamado “original”, e enquanto uma elite tenta nos fazer acreditar que a reprodução nunca será tão boa quanto o “original”, Benjamin nos mostra que cada um possui as suas características particulares, sem que necessariamente um invalide o outro. Essa linha de pensamento nos leva a pensar mais cautelosamente sobre o que o senso comum chama de “original”.

Da invenção da litografia à invenção do cinema, a reprodutibilidade alterou significativamente o modo como os indivíduos se relacionam com a produção artística. Podemos ponderar, no entanto, que em suas estimativas incrivelmente avançadas para o seu momento histórico, Benjamin não poderia prever o impacto da Internet na relação entre sujeito e obra de arte.

2. O novo relacionamento entre indivíduos e mídia

Com a globalização, as noções de sociedade, cultura e nação tornaram-se mais fluidas, permeando sujeitos que não se reconhecem como costumavam, provocando a simultaneidade de identificação do sujeito com diversas culturas e a sensação de ser forasteiro, pois “o pensamento pós-moderno redefine os sujeitos

como nômades”¹ (CANCLINI, 2003). A globalização, na era da pós-modernidade, produziu diversas mudanças. A forma como vemos o mundo, como percebemos o Outro, como as tecnologias se integraram ao nosso cotidiano, nos diferenciam das gerações anteriores. Os meios de produção e distribuição cultural foram revolucionados pela presença da Internet e pela participação mais efetiva do receptor nesse processo.

Podemos constatar essa mudança de pensamento no modo como os fãs interagem com os seus produtos favoritos atualmente, seja esse produto uma série de televisão, um vídeo game ou um livro etc. Na década de 20 do último século, Walter Benjamin começou a discutir o papel do receptor no polissistema literário alemão em seu texto “A obra de arte na era de sua reproduzibilidade técnica”, argumentando que:

[...] a diferença entre autor e público está prestes a perder o seu caráter fundamental. Esta diferença torna-se funcional, podendo variar de caso para caso. O leitor está sempre pronto a tornar-se um escritor. Com a crescente especialização do trabalho, todos os indivíduos tiveram de se tornar, voluntária ou involuntariamente, especialistas numa dada área, ainda que num sentido menor, tendo assim acesso à condição de autor. (BENJAMIN, 1969, p.232)²

É preciso esclarecer que Benjamin se refere a um momento específico do sistema literário alemão, onde se abriu a oportunidade aos leitores de poderem enviar artigos editoriais para serem publicados nos jornais locais. Os leitores viram acima de tudo a possibilidade de expressar a sua opinião, de ser ouvido e prestigiado como elemento importante do ciclo. Podemos então imaginar que essa liberdade de expressão deu aos leitores um sentimento de empoderamento, descortinando potencialidades anteriormente vinculadas a uma minoria elitista.

Os limites que durante séculos mantiveram os autores separados dos consumidores de suas obras têm se tornado cada vez mais tênues, e esse processo

¹ Minha tradução de: El pensamiento posmoderno redefine a los sujetos como nómades.

² [...] the distinction between author and public is about to lose its basic character. The difference becomes merely functional; it may vary from case to case. At any moment the reader is ready to turn into a writer. As expert, which he had to become willy-nilly in an extremely specialized work process, even if only in some minor respect, the reader gains access to authorship.

de hibridização vem se configurando latente para as diversas instâncias da sociedade. Podemos considerar não somente a literatura, mas a música, o cinema, as mídias televisivas que incluem novelas, programas de auditório, os seriados e etc e devido à revolução tecnológica, muitos dos paradigmas de produção e consumo no mercado do entretenimento mudaram.

A Internet disponibiliza áudio, vídeo, todo tipo de imagens e textos, sem se limitar a nenhum veículo de distribuição de mídia específico. O sociólogo espanhol Manuel Castells analisa em seus trabalhos os indivíduos e a sua relação com o que ele denomina de sociedade em rede. Castells argumenta que:

Os primeiros passos históricos das sociedades informacionais parecem caracterizá-las pela preeminência da identidade como seu princípio organizacional. Por identidade, entendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais. (CASTELLS, 1999, p.39).

Isso quer dizer que o uso da tecnologia como conhecemos hoje possibilitou ao sujeito, que vem a cada dia procurando afirmar a sua identidade, interagir mais incisivamente com o objeto de afeto. O sujeito deixou de ser mero “receptor” para tornar-se “modificador”. Com a revolução tecnológica, no entanto, ficamos mais livres para escolher como, quando, onde e de que modo queremos assistir a um filme, confirmando que o telespectador possui mais autonomia. A Internet tem facilitado o relacionamento do indivíduo com novas tecnologias, abrindo possibilidades que até então eram impensáveis. Obviamente, as mudanças têm gerado conflitos de interesses entre os diferentes papéis dentro da cadeia de produtividade, pois o consumidor tem-se recusado a ficar exclusivamente no papel de “receptor”, reivindicando seu lugar do autor.

E aqui a tradução surge como uma das ferramentas que se relacionam, de certa forma, a essa nova motivação dos sujeitos em produzirem a partir de produtos culturais preexistentes. Em um mundo globalizado como o que estamos vivendo atualmente, onde os limites entre as diferentes culturas estão ficando cada vez mais fluidos, a tradução audiovisual tem sido um elemento importante possibilitando a interação, a assimilação das diferenças e a percepção das semelhanças entre os

povos. Filmes, *reality shows*, seriados de televisão e outros produtos de entretenimento têm sido utilizados para possibilitar esse diálogo transcultural, ligando países e tornando os hábitos de consumo dos indivíduos relativamente parecidos.

O tipo de tradução associado aos produtos midiáticos, e que é também o ramo mais tecnológico conhecido até o momento, é a Tradução Audiovisual (TAV).

A tradução, a única possibilidade de mediação lingüística e cultural capaz de superar essa barreira [a língua], tem em suas mãos a possibilidade de transmitir de maneira neutra o texto audiovisual original – uma operação que em si mesma não é nem neutra nem isenta de posicionamento político e ideológico – de adaptá-lo à sua realidade, ou até mesmo de subvertê-lo.³ (CHAUME, 2004, p.7).

Basicamente, tradução audiovisual refere-se a todo texto falado – televisão, cinema, ópera, DVDs, vídeos ou peças teatrais – que pode ser traduzido tanto para um discurso escrito, como para outro discurso oral, sendo a tela um elemento preponderante desta atividade tradutória. A tradução Audiovisual é formada pela Dublagem, a Audiodescrição, a Narração, o *Voice-over*, a Legendagem, a Legendagem para o teatro e para óperas e o *Closed-caption*, mais conhecida no Brasil como Legendagem para surdos. As duas modalidades mais difundidas no Brasil são a dublagem e a legendagem.

3. A recepção da dublagem e da legendagem no Brasil

Como já foi mencionado acima a dublagem e a legendagem são os dois tipos de tradução audiovisual que dominam no circuito do entretenimento brasileiro. A dublagem consiste em traduzir todo material auditivo da língua estrangeira para a língua materna suprimindo o som das vozes originais e adicionando outras vozes no lugar. Ele é o método mais popular, pois os espectadores acabam esquecendo que o programa no qual estão assistindo não é do seu país de origem.

³ Nossa tradução de: *La traducción, la única posibilidad de mediación lingüística y cultural capaz de superar esa barera, tiene en sus manos la posibilidad de transmitir de manera neutral el texto audiovisual origen – una operación que em sí misma ni está isenta de posicionamento político e ideológico -, de adaptarlo a su realidad, o incluso de subvertilo.*

A legendagem consiste em manter o áudio original e colocar na parte inferior-central da tela um texto condensado com tudo que está sendo dito e informações extras que são relevantes para o entendimento da narrativa. A popularidade da legendagem no Brasil não passa nem perto daquela usufruída pela dublagem, na verdade está acontecendo um movimento que praticamente está exigindo a totalização da dublagem dos programas no cinema e na televisão brasileira.

É necessária a realização de uma pesquisa mais extensiva deste tipo de recepção no Brasil, contudo a imprensa nacional já vem destacando o fenômeno desde o início do presente ano.

Em 14 de junho de 2012 a Revista Época publicou dois artigos sobre o assunto, um intitulado “A dublagem venceu as legendas” e o outro intitulado “Abaixo a dublagem”. São artigos que abordam o tema criticamente com perspectivas totalmente opostas; enquanto o primeiro assume um ponto de vista positivo o outro considera o fenômeno como sendo extremamente negativo para o público brasileiro tanto de cinema quanto de programação televisionada (aberta ou a cabo). Ambos descrevem com dados alarmantes a sublimação da legendagem na programação audiovisual em todo o território nacional.

O artigo escrito por Tonia Machado e Danilo Venticinque explica como o aumento do fluxo da população de classe C aos cinemas e a possibilidade de compra de pacotes de programação na televisão a cabo no Brasil vem inundando os circuitos com material dublado. Para exemplificar Machado e Venticinque afirmam que:

A estreia de *Os vingadores*, o principal lançamento do ano até agora, mostra essa mudança em números. Das 1.152 cópias do filme lançadas no Brasil, 673 eram dubladas. O filme superou os R\$ 110 milhões de faturamento, a maior bilheteria da história dos cinemas brasileiros. (MACHADO e VENTICINQUE, 2012).

Dois meses antes dessa afirmação Doris Miranda já havia publicado informação semelhante no jornal Correio da Bahia. Ela diz que

Quem tem TV por assinatura em casa já percebeu a proliferação de filmes e séries dubladas em quase todos os canais. O mesmo vem acontecendo no cinema. Antes restritas ao público infantil, as cópias sem legendas agora são voltadas também para adolescentes e adultos.

É uma realidade concreta, não há como negar. Principalmente depois do crescimento da classe C, que vem sustentando essa mudança de atitude. É o que revela pesquisa da Associação Brasileira das TVs por Assinatura (ABTA), feita em 2011, segundo a qual 76% do público da classe C preferem conteúdo dublado - na tevê paga e no cinema. (MIRANDA, 2012).

O texto de Machado e Venticinque deixa claro que o principal estímulo para essa mudança não é o bem-estar da população, mas simplesmente o valor mercadológico, já que ao abarcar uma maioria absoluta que não gosta de perder tempo com a leitura, exclui minorias que não podem lutar para manter o seu direito ao entretenimento, ou seja, aqueles que preferem o áudio original e as legendas. O tom do artigo encoraja a aceitação dessa mudança como algo natural, algo que aconteceu na Europa e também nos Estados Unidos, lugares onde a dublagem é predominante. Esse último dado foi confirmado no segundo artigo mencionado escrito por Luis Antonio Giron.

As razões são de mercado; portanto, insofismáveis. Os estúdios e distribuidoras chegaram à constatação de que as audiências brasileiras estão ficando mais parecidas com as dos Estados Unidos e Europa, preferindo as versões dubladas às legendadas. (GIRON, 2012).

A dublagem, que sempre foi dominante na TV aberta, vem ganhando espaço e aniquilando a opção daqueles que preferem as legendas. “Um filme como *Os vingadores*, que tem muita violência e pouca conversa, contém 50 mil caracteres de legenda, equivalentes a 30 páginas de livro. Em duas horas, é muita leitura para quem não está acostumado.” (MACHADO e VENTICINQUE, 2012). A afirmação sugere nada menos que a população é estúpida demais para ler e produzir sentido do que está lendo na tela e ainda absorver os signos não verbais do vídeo, o que não pode ser considerado minimamente aceitável.

Assim como no cinema as séries de televisão também estão passando por esse processo.

Na Sony, por exemplo, as produções já são dubladas, sem opção do áudio original.

O mesmo acontece nos canais ANX e Sony Spin, cuja programação regular já será integralmente dublada a partir deste mês. A Fox, por outro lado, oferece a possibilidade de escolha entre o áudio original e o dublado. Já no FX, não há opção, toda a programação já vem dublada. (MIRANDA, 2012).

As séries de televisão são parte integrante do modo como assistimos televisão atualmente. Programas como *House*, *Grey's Anatomy*, *CSI* já fazem parte do cotidiano brasileiro e a maior parte das pessoas não percebe mais que se trata de programas não produzidos no Brasil. Embora não sejam tão populares quanto as novelas, os seriados têm o seu espaço reservado pelas emissoras.

As emissoras que mais transmitem séries no país são a Rede Record e o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), sendo seguidos em menor escala pela Rede Globo de Televisão e pela Rede Bandeirantes. Realizando uma simples contagem no *site* do SBT podemos constatar que o mesmo exibe um número recorde de 20 seriados, são elas:

- Eve (Alfinetadas)
- Human Target (Alvo Humano)
- Arnold
- The New Adventures of Old Christine (Aventuras de Christine)
- That's So Raven (As Visões de Raven)
- Better With You (Até Que o Amor os Separe)
- Chase
- Chuck
- Dark Blue
- Glory Daze (Dias de Glória)
- All of Us (Elas e Eu)
- My Wife and Kids (Eu a Patroa e as Crianças)

- Fringe
- Hellcats
- Gossip Girl
- Miami Medical
- Supernatural
- The Mentalist
- Two and a Half Man
- The Fresh Prince of Bel-Air (Um Maluco no Pedaco)

Apesar do espaço garantido na TV as condições de distribuição e exibição de séries no Brasil não podem ser consideradas ideais. Fatores como os horários disponibilizados, a oscilação na exibição e o tempo de espera por temporadas inéditas fazem com que o público não seja tão fiel quanto poderia ser.

Conclusão

Há dois modos possíveis de se prestigiar uma série no Brasil, o primeiro é torcendo para que a sua favorita seja escolhida para ser transmitida por uma das emissoras supracitadas, onde a maioria é exibida em horários impraticáveis para aqueles que trabalham, estudam ou exercem qualquer tipo de atividade. Essa primeira opção demonstra a falta de respeito pelas pessoas que apreciam esse tipo de programação e, além disso, só existe a possibilidade de assistir a programação inteiramente dublada. O segundo modo seria contratando uma operadora de TV à cabo.

Tanto o cinema quanto as emissoras de televisão atualmente estão dificultando cada vez mais a possibilidade de escolha entre a dublagem e a legendagem no Brasil, os espectadores estão ficando cada vez mais reféns do que é oferecido e não pode fazer muito para mudar o que está acontecendo. A última alternativa tem sido a Internet, que ainda é um espaço relativamente livre para a expressão de todos os gostos.

O mais importante a ser destacado neste artigo é que não seria possível para os espectadores brasileiros terem a oportunidade de consumir nenhum tipo de produto midiático proveniente de outros países sem o auxílio da tradução audiovisual.

Abstract: Different cultures all the time looking for ways to exchange among themselves and in the meantime the translation is presented as viable and often indispensable for them. This paper discusses the ability of translation be considered above all a cultural activity.

Key-words: Culture. Translation. Audiovisual translation.

Referências

BENJAMIN, Walter. The work of art in the age of mechanical reproduction. **In: Illuminations: Essays and Reflections**. New York. Schocken Books, 1969.

CANCLÍNI, Néstor. Quién habla y en qué lugar: sujetos simulados e interculturalidad. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, Brasília, DF, nº 22, p.15-37, jan/jun. 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAUME, Frederic. **Cine y Traducción**. Madrid: Cátedra, 2004.

DERRIDA, Jacques. **Torres de Babel**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

GIRON, Luis Antonio. Abaixo a dublagem. **Revista Época**. Jun. 2012.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MACHADO, Tonia; VENTICINQUE, Danilo. A Dublagem Venceu as Legendas. **Revista Época**. Jun. 2012.

MIRANDA, Doris. Devido aos novos consumidores, dublagem cresce muito no Brasil. **Correio da Bahia**. Abr. 2012.

PLAZA, Julio. **Tradução Intersemiótica**. São Paulo, SP: Perspectiva, 2008.