



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**FACULDADE DE LETRAS**

CHEGOU O REGGAE: A LOCALIZAÇÃO DA PERSONAGEM RAZE NO JOGO VALORANT

Luis Mello

Rio de Janeiro  
2023

LUIS GUSTAVO GONÇALVES DE MELLO

CHEGOU O REGGAE: A LOCALIZAÇÃO DA PERSONAGEM RAZE NO JOGO VALORANT

Monografia submetida à Faculdade de Letras da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Letras na habilitação Português/Inglês.

Orientador: Profa. Dra. Janine Pimentel

Rio de Janeiro

2023

M527c Mello, Luis Gustavo Gonçalves de  
Chegou o Reggae: A Localização da Personagem Raze  
no Jogo VALORANT / Luis Gustavo Gonçalves de Mello.  
- Rio de Janeiro, 2023.  
25 f.

Orientadora: Janine Pimentel.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade  
de Letras, Bacharel em Letras: Português - Inglês,  
2023.

1. Localização. 2. Localização de jogos. 3.  
Tradução de jogos. 4. Tradução audiovisual. I.  
Pimentel, Janine, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos  
pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, à minha mãe, Anelore. Primeira, maior e eterna influência, foi fundamental em todos os passos que dei. Este trabalho é em sua memória.

Ao meu pai, Luis, que sempre me apoiou e me incentivou a buscar mais.

À minha orientadora, Janine, que estendeu a mão ainda durante as matérias da graduação, e jamais recuou seu apoio mesmo em meio às turbulências da vida.

Às minhas amigas, Ana, Bruna, Gabriela, Karina e Luciana, comigo desde a época de escola, inabaláveis.

E a Caroline e Raphael, que me inspiram e motivam a ser minha melhor versão.

## **SUMÁRIO**

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	5
<b>2. A LOCALIZAÇÃO DE JOGOS</b> .....	9
<b>3. OS DESAFIOS CULTURAIS NA TRADUÇÃO PARA DUBLAGEM</b> .....	12
<b>4. A TRANSCRIÇÃO</b> .....	14
<b>5. METODOLOGIA</b> .....	16
<b>6. TRADUÇÕES DE FALAS DA PERSONAGEM RAZE DO JOGO VALORANT</b>	18
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	25
<b>8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	27

## 1. INTRODUÇÃO

Desde meados do século XX, e tendo sequência no século XXI, a sofisticação tecnológica permitiu o surgimento dos primeiros jogos eletrônicos, com *Tennis for Two* (1958) e *Spacewar!* (1962) sendo considerados por muitos como os precursores da indústria de jogos dos dias atuais. (O'HAGAN & MANGIRON, 2013, 46). A princípio, os jogos eram extremamente rudimentares. Sem sons (ou com sons limitadíssimos), sem cores (*idem*), com objetivos tão diretos que não havia necessidade para instruções, e certamente não havia espaço físico na mídia em que os jogos eram gravados para que houvesse uma história propriamente dita.

Com o passar dos anos, entretanto, os avanços tecnológicos deram espaço para verdadeiras revoluções no fazer jogos. Adicionou-se efeitos sonoros, música, efeitos visuais, interface, manuais de instruções, vozes, roteiros, cenas feitas com CGI<sup>1</sup>. A língua, inicialmente inglesa ou japonesa — pois os Estados Unidos e o Japão foram os primeiros grandes desenvolvedores de jogos —, passou a estar cada vez mais presente dentro das criações, seja textualmente nos menus cada vez mais sofisticados, ou nas vozes, de narração ou de personagens.

Apesar de ser algo brilhante para o desenvolvimento da indústria, a inclusão do fator linguístico nos jogos também criaria novos desafios: como uma pessoa brasileira, falante de português do Brasil, sem qualquer contato com a língua japonesa, poderia navegar entre os menus de um videogame desenvolvido por uma empresa do Japão? Algo tão simples quanto encontrar o botão “Iniciar”, ou seu equivalente, tornaria-se uma atividade praticamente impossível, se não através de tentativa e erro, pois os menus do jogo estariam em japonês.

Por isso, quando os jogos ficaram suficientemente desenvolvidos a ponto de ser possível inserir uma língua como parte da experiência do jogar, foi necessário, para alcançar mais mercados pelo mundo, algo essencial no estágio global do capitalismo em que estamos inseridos: adicionar também outras opções de línguas além das originais. Se o menu principal estivesse em português, a mesma pessoa

---

<sup>1</sup> CGI, do inglês *computer-generated imagery*. São gráficos gerados por computador, muito usados na criação de animações de jogos e filmes nos dias atuais.

hipotética (mas certamente ancorada na realidade) do parágrafo acima poderia simplesmente lê-lo e começar a jogar, sem maiores problemas.

Em 2016, a empresa norte-americana Riot Games conseguiu uma quantia estimada de U\$1,7 bi de lucro, à época, com o seu então único jogo, *League of Legends (LoL)*, de acordo com o website SuperData (atualmente fora do ar, mas diversas fontes jornalísticas especializadas o citam como um site que avaliava hábitos de consumo no mercado de jogos). O fato é curioso, no entanto, pois o *LoL* é um jogo gratuito para computador.

Diferentemente de empresas de jogos para consoles (como PlayStation, Xbox e Nintendo), que comercializam os videogames (*hardware*) em si, além de publicar e lucrar com os jogos (*software*) propriamente ditos, o modelo de negócios da Riot Games é centrado na venda de *skins*<sup>2</sup>, que não oferecem qualquer vantagem competitiva aos seus jogadores. Atualmente o *LoL* tem mais de 150 personagens (Campeões), para os quais há inúmeras skins, ou seja, novas roupagens.

Para começar a jogar *LoL*, é preciso ter um computador, acessar um site, se cadastrar e clicar em “Baixar”, sem custos adicionais. Assim sendo, os quase dois bilhões de que se tem registro em 2016 tratam-se de uma marca expressiva. Não é necessário pagar para começar a jogar, tampouco para continuar jogando. Os jogadores pagam porque gostam do produto e porque querem mudanças meramente estéticas no jogo.

Estudos indicam que os hábitos de consumo estão mudando com o advento das redes sociais, e a localização é um dos fatores relevantes para que os consumidores façam suas compras: “Os desenvolvimentos recentes no consumo do mundo através da personalização, localização, advocacia e colaboração social estão promovendo o surgimento de uma nova forma de interação social virtual: o Consumismo Social.” (MIRCHEVSKA & MARKOVA, 2011).

As autoras explicam que a localização (conceituada na seção 2 do presente trabalho), dentre outros fatores, como uma forte presença nas redes sociais e marketing feito entre os próprios usuários, contribuem para o que chamaram de novo

---

<sup>2</sup> *Skins*, no contexto dos jogos eletrônicos, são itens digitais cosméticos que alteram a aparência de um personagem, sem qualquer efeito sobre a jogabilidade. Modelos mais premium podem alterar, além do esquema de cores, as animações, locuções e efeitos visuais das habilidades – mantendo um grau de fidelidade ao original, entretanto, para que o único efeito seja cosmético, e não competitivo.

“funil de compra do consumidor”, baseado no conceito tradicional da área do marketing que dita que, similar a um funil (começando amplo no topo e ficando progressivamente mais fino), os consumidores primeiro descobrem, depois se interessam por, e finalmente compram um produto, podendo ainda tornar-se fidelizados e repetir a compra (ou comprar outros produtos da mesma empresa).

Com a Riot Games conseguindo lucrar a partir de vendas de produtos eletrônicos cosméticos em um jogo grátis, é razoável ponderarmos que a companhia conseguiu, também por conta de suas estratégias de localização, fazer com que uma parte importante de sua base de jogadores descesse pelo funil, conhecendo, informando-se sobre, e comprando os produtos cosméticos virtuais que ela oferece, originando as cifras bilionárias da empresa.

Onze anos após o lançamento do League of Legends, a Riot Games publicou seu segundo grande título: *VALORANT*, em 2020. Apesar de ser um jogo completamente diferente do *LoL*, a tática comercial da empresa é a mesma: os jogadores não pagam para ter (ou continuar tendo) acesso ao jogo, e o consumo é uma escolha que afeta puramente a estética; no *VALORANT*, não dos personagens em si, mas das armas disponíveis. Diferente do *LoL*, que é muito focado em personagens em suas habilidades, o *VALORANT* é um jogo de tiro em primeira pessoa, em que os disparos e o combate armado são o ponto central, e não as magias e habilidades fantásticas, caso do *LoL*.

Outro ponto fundamentalmente diferente entre os títulos da *publisher* norte-americana é que, diferentemente do *LoL*, que conta com um universo inteiramente fictício, o *VALORANT* tem como base o mundo real. Seus personagens, os *Agentes*, têm origens em países que conhecemos. Dentre os mais de 20 personagens disponíveis no jogo, A Raze é a mais relevante ao público brasileiro: ela é uma jovem baiana especialista em explosivos. Ela será o principal ponto de análise nesse estudo.

Como objetivo geral, o presente trabalho busca expandir o conhecimento sobre a localização de jogos eletrônicos para computador, mais especificamente no Brasil. Segundo avaliam O’Hagan e Mangiron em seu livro *Game Localization: Translating for the global digital entertainment* (2013), há significativamente menos literatura sobre a localização de jogos para computador do que para consoles (ou videogames); isso, considerando que as autoras desenvolvem suas pesquisas em língua inglesa,



atual língua predominante do mundo científico, na qual há mais literatura disponível. Ao pensar especificamente no mercado brasileiro, o funil de conhecimento torna-se ainda mais estreito, havendo espaço para, e talvez necessidade de, mais estudos sobre o tema.

Desta forma, neste trabalho foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- 1 – Catalogar e comparar falas da Raze em inglês e em português brasileiro;
- 2 – Analisar a localização empregada, buscando avaliar, através das escolhas linguísticas, se houve intercâmbio entre os escritórios e profissionais (estrangeiros e brasileiros), mais do que de uma tradução unilateral propriamente dita, com o inglês servindo como única fonte original;
- 3 – Como o *VALORANT*, e, mais especificamente, a Raze se enquadram dentro das possibilidades de localização de jogos?
- 4 – Como a localização da Raze é recebida pelos fãs brasileiros e estrangeiros?

No presente capítulo, há a introdução, que levanta o tema a ser estudado, a tradução das falas da personagem Raze no jogo *VALORANT*, além da relevância e objetivos do estudo. No segundo capítulo, a localização de jogos é contextualizada, desde o seu início, em meados do século XX, até os dias atuais, com foco no jogo eletrônico *VALORANT*. No capítulo três, o trabalho avança sobre os desafios culturais presentes na tradução para dublagem, e as estratégias empregadas para superá-los. A seguir, na seção quatro, aborda-se a transcrição, prática empregada na localização do jogo *VALORANT*. Com todas as bases teóricas estabelecidas, a metodologia do trabalho é explicitada na seção cinco, e a tradução do jogo é analisada na seção seis. Em seguida, encontra-se a conclusão do trabalho, no capítulo sete, bem como suas referências bibliográficas, no oito.

## 2. A LOCALIZAÇÃO DE JOGOS

Antes de entrarmos no tópico específico do *VALORANT*, é preciso reconhecer que o presente trabalho dá sequência a uma série de estudos que são desenvolvidos há vários anos. Por isso, olharemos brevemente para a história da localização de jogos, pincelando pontos que se mostrarão relevantes ao caso específico do *VALORANT*, situando o trabalho em sua linha do tempo ao final desta seção.

Para se pensar a localização de jogos, é necessário, primeiro, conceituar a localização propriamente dita. De acordo com a *Localization Industry Standards Association* (LISA), em publicação realizada em 2003, a localização “envolve pegar um produto e deixá-lo linguística e culturalmente apropriado para o *locale* (país/região e língua) no qual ele será usado e vendido”.

Essa definição mostra-se bastante aceita, como pode ser observado na literatura: “Eu definiria o termo ‘localização’, usado na tradução comercial, como o processo de tornar um produto linguística e culturalmente, mas também técnica e legalmente, apropriado para o país e língua alvos” (BERNAL-MERINO, 2006, p. 31).

A localização de um jogo pode ser definida por alguns fatores. Os principais são: ela é total ou parcial? Ou seja, são todos os elementos do jogo que são traduzidos, ou apenas alguns? Ela é feita por uma equipe própria da empresa criadora (*in-house*), ou externa (*out-sourcing*)? Qual o gênero do jogo? Determinados tipos de jogos possuem mais ou menos elementos passíveis de tradução. Um título rico em história muito provavelmente terá mais elementos linguísticos do que um jogo *arcade*.

Um dos primeiros jogos de que se tem registro como tendo sido localizado é o japonês *Pac-Man*. Apesar de ter um objetivo simples, controlar um personagem que devora bolinhas enquanto escapa de fantasmas, sem necessidade de grandes instruções ou história para que ele aconteça, houve uma adaptação importantíssima em um elemento do jogo para que ele pudesse ser introduzido no mercado norte-americano: seu título.

Antes de ser *Pac-Man*, o jogo chamava-se originalmente *Puck-man*, “derivado da expressão onomatopeica japonesa *パクパク* (devorar) [...] A edição foi considerada necessária porque a palavra ‘Puck’ provavelmente deixaria vândalos nos EUA tentados a alterar a primeira letra” (O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 49).

*Pac-Man* não era tão tecnologicamente simples quanto os jogos precursores da indústria, tendo personagens claramente distintos, cada um com um nome diferente: “アカベイ [“Vermelhinho”], ピンキー [“Rosinha”], アオスケ [“Azulzinho”] e グズタ [“Lentinho”] se tornaram *Blinky*, *Pinky*, *Inky*, e *Clyde* na tradução oficial para o inglês.” (O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 49).

Os avanços tecnológicos continuaram acontecendo em um ritmo acelerado nos anos subsequentes, e certo tempo após o lançamento de *Pac-Man*, chegamos a um ponto da indústria em que foi possível adicionar narrativa aos jogos, antes mesmo de ser possível adicionar vozes a eles – e, com isso, os elementos passíveis de localização aumentaram cada vez mais. No jogo *Ninja Gaiden*, isso foi feito ao adicionar artes estáticas com letreiros que explicavam o que acontecia.

“Diferente das cinemáticas atuais, essas sequências não tinham uma trilha de voz. Em vez disso, a narração era feita através de textos semelhantes a legendas. [...] A conexão emergente entre a localização de jogos e a tradução audiovisual (AVT) pode ser observada há mais de 20 anos, com claras implicações para a tradução.”

(O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 52)

No começo dos anos 2000, com a transição do uso de CDs para DVDs também no contexto dos jogos, houve uma nova revolução que permitiu que os estes tivessem muito mais informações armazenadas em si: “Conforme a capacidade das máquinas aumentou, cresceu também a quantidade de conteúdo traduzível sujeito à localização” (O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 53), e isso inclui o áudio. Por conta desses avanços, eventualmente, foi possível começar a redublar as vozes que haviam nos jogos originais. Esse fato, entretanto, trouxe novas preocupações, comparáveis às encontradas nas traduções realizadas para a indústria audiovisual.

Se um personagem estivesse aparecendo em cena, o tamanho de sua fala deveria ser equivalente na língua alvo ao que era na língua original. Se a fala traduzida fosse mais curta, o som acabaria antes do que o necessário, e seria possível observar a boca do personagem se mexendo sem que houvesse uma frase sendo dita. Se fosse mais longa, o contrário aconteceria, e seria possível ouvir sua fala mesmo após a indicação visual da mesma já ter acabado.

Hoje, há títulos cuja produção custam milhões de dólares, com gráficos ultrarrealistas, diálogos, inúmeras opções de menu, árvores de habilidades... tudo isso, fatores que devem ser levados em conta na hora da localização, tão importantes

quanto o título não vandalizável de *Pac-Man*, ou a localização do nome dos fantasminhas para versões mais agradáveis ao mercado norte-americano.

Também há um ponto a princípio aparentemente externo aos jogos importantíssimo a ser levado em consideração em sua localização, sobretudo para o caso do presente trabalho: o marketing. As estratégias de localização dos jogos estão diretamente ligadas às iniciativas de marketing, e “frequentemente revelam mais sobre os motivos ou ideias pré-existentes dos distribuidores [de jogos] do que sobre os gostos do público internacional de jogos” (CARLSON & CORLISS, 2011, p. 67).

Na seção 5 do presente trabalho, o jogo *VALORANT* será enquadrado dentro das possibilidades de localização de jogos levantadas no início da presente seção, e também será observado como sua localização está intrinsecamente ligada à sua estratégia mercadológica e de marca, com atenção especial ao Brasil e à personagem Raze.

### 3. OS DESAFIOS CULTURAIS NA TRADUÇÃO PARA DUBLAGEM

Na seção anterior, foi pontuado um desafio técnico da tradução audiovisual, referente à necessidade de equivalência do tempo de fala entre línguas alvo e fonte. Para que seja possível dar sequência ao trabalho, chegando ao objeto específico de estudo analisado, é preciso um olhar mais minucioso à tradução para dublagem, em especial aos desafios culturais presentes na prática.

Os textos de filmes, séries, peças de teatro, etc., funcionam de forma diferente dentro de culturas diferentes. Uma piada contada no Brasil, com referências a fatos do cotidiano brasileiro e à formação histórico-cultural de nosso povo, será percebida de forma diferente por pessoas que têm outras vivências e conhecimentos. Talvez o humor brasileiro não seja tão engraçado no Japão, ou o contrário, por exemplo. Essas questões também são relevantes nos jogos eletrônicos.

Segundo Pettit (2009), para superar tais desafios é possível empregar uma ampla gama de estratégias de tradução:

- (1) Omissão, na qual a referência cultural é completamente omitida.
- (2) Tradução Literal, na qual a solução na língua alvo corresponde ao original.
- (3) Empréstimo, quando termos originais do texto fonte são empregados no texto traduzido.
- (4) Equivalência, quando a tradução tem um significado e função similares na cultura alvo.
- (5) Adaptação, quando a tradução é ajustada à língua e cultura alvos, em uma tentativa de evocar conotações similares à do original. Em uma análise mais objetiva, pode ser considerado uma forma de equivalência.
- (6) Substituição do termo cultural com deícticos, particularmente quando há apoio de um gesto ou elemento visual.
- (7) Generalização, que também pode ser chamada de neutralização do original.
- (8) Explicação, que costuma envolver uma paráfrase para explicar o termo cultural. (PETTIT, 2009, p. 45)

Mesmo que a Riot Games seja uma empresa global, com funcionários vindos de diversas partes do mundo, e independente da forma de localização realizada, *in-house* ou *out-sourcing*, ainda é uma tarefa significativa fazer com que as referências culturais empregadas nas falas dos personagens dos jogos League of Legends e VALORANT sejam traduzidas transmitindo o mesmo intuito do original para todas as regiões em que os jogos são distribuídos. Vale ressaltar que todos

os personagens possuem dublagem em todas as línguas em que os jogos são oferecidos pela empresa — no caso do LoL, mais de 15 (no site [br.leagueoflegends.com](http://br.leagueoflegends.com), é possível ver a lista de línguas disponíveis ao clicar no globo localizado no canto superior direito da página)<sup>3</sup>.

É preciso manter um grau de consistência entre todas essas versões, para todos os personagens, para que a experiência de jogo seja equivalente, considerando as adaptações culturais feitas para cada *locale*. Ao selecionar um determinado Agente do *VALORANT* jogando a versão disponível do jogo no Brasil, é ideal que um jogador tenha uma experiência similar a outro que fizer a mesma escolha em qualquer parte do globo em que o jogo estiver disponível, como define Souza (2014), baseado-se em O'Hagan e Mangiron (2013):

“A localização tem por objetivo proporcionar, da maneira mais próxima possível, a mesma experiência oferecida pela versão original, fazendo com que o jogador da versão localizada tenha os mesmos subsídios proporcionados ao jogador da versão original para usufruir do game.”

(SOUZA, 2014 p. 14)

Observa-se ainda, segundo Venuti (1995), que existem duas principais abordagens ao se fazer uma tradução. É possível manter pistas do (con)texto original, causando um certo grau de estranhamento pelo contato com o estrangeiro, ou eliminá-las completamente, tornando o texto completamente integrado à cultura alvo, sem quaisquer pistas de que sua real origem seja externa ao país alvo da tradução. São as práticas de estrangeirização e domesticação, respectivamente, conforme analisa Souza (2013):

Como forma de contestar a tradição vigente na cultura anglo-americana, Venuti coloca a domesticação como uma “redução etnocêntrica”, em que a voz do outro é de certa forma “sufocada” dentro da cultura de destino, sendo obrigada a aculturar-se a ela para garantir sua aceitação. Já a estrangeirização é apresentada como uma “pressão etnodesviante”, em que se busca romper com a tradição de “fluência” e “transparência” já consagrada, expondo de maneira clara a alteridade tanto linguística como culturalmente, para que o leitor possa, assim, reconhecer o outro

(SOUZA, 2013, p. 56)

Com essas bases teóricas estabelecidas, é possível avançar mais um passo rumo à análise prática da tradução empregada no jogo *VALORANT*.

---

<sup>3</sup> Acesso em 3 de maio de 2023, às 15h18.

## 4. A TRANSCRIÇÃO

É preciso, antes de analisar a localização da personagem Raze, conceituar o conceito de transcrição, cujo objetivo é traduzir um texto de uma língua A a uma língua B. Diferente de uma tradução normal, no entanto, na transcrição cria-se algo novo que não está preso à forma do original, mas ao seu conteúdo. A transcrição é capaz de encapsular o significado proposto no texto original e apresentá-lo sob uma nova forma, mas que ainda tenha raízes estruturais e semânticas ancoradas no texto base. “A transcrição foi usada como uma forma de advogar por uma renovação no conceito de “tradução” como um ato de apropriação, recriação, e até mesmo como uma transfusão sanguínea”, definem O’Hagan e Mangiron, continuando com uma citação ao trabalho de Vieira (1999): “...que move a tradução além da dicotomia entre [texto] fonte/alvo, e cita o original e a tradução em uma terceira dimensão, onde ambos são tanto doadores quanto recebedores”.

Como já visto no capítulo 2 do presente trabalho, a localização dos jogos eletrônicos é de suma importância para que eles possam ser distribuídos em mais *locales*, ultrapassando não só as barreiras mais diretas da língua, como as da cultura propriamente dita, conforme abordado no capítulo 3.

Uma tática não descrita diretamente por Pettit (2009), que é altamente eficaz para superar as barreiras culturais entre a cultura original na qual o jogo foi desenvolvido, e a cultura alvo em que ele será distribuído, é a de transcrição. Ela assemelha-se à estratégia de adaptação, mas vai além:

Enquanto o conceito de “adaptação” reúne uma das características chave da localização em geral, e da localização de jogos em particular, ela ainda é um conceito nebuloso. Por este motivo, e também por mantermos nossas próprias perspectivas sobre a localização de jogos, usaremos o conceito de “transcrição”

(O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 107)

Ainda na introdução de seu livro *Game Localization*, O’Hagan e Mangiron defendem o papel do tradutor de jogos como o de um agente ativo, uma espécie de criador literário: “Neste livro, argumentamos que a localização de jogos destaca a criatividade do tradutor, desta forma, celebrando a variedade inerente à tradução humana, em vez de restringi-la.” (O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 18).

Neste contexto, a transcrição entra na localização de jogos como uma ferramenta importantíssima que pode ajudar a melhor estabelecer e ambientar um jogo na cultura alvo. Em muitos casos, ela serve para resolver questões não facilmente adaptáveis pelas estratégias compiladas por Pettit.

A noção de “transcrição” chama atenção à presença da ação humana do tradutor no processo da tradução, convidando soluções variáveis, não uniformes e muitas vezes imprevisíveis. Desta forma, contrastam com o foco posto na padronização e uniformidade, que costumam caracterizar a localização de softwares de produtividade.  
(O’HAGAN & MANGIRON, 2013, p. 107)

Neste sentido, conforme veremos na próxima seção do presente trabalho, ao ser localizado do inglês ao português, o texto da personagem Raze do jogo *VALORANT* ganha uma maior complexidade cultural, tendo a si incorporados elementos característicos da fala baiana e, mais especificamente, de Salvador. Isso, então, enriqueceria a experiência de um jogador brasileiro, num primeiro momento, mas conforme essa localização ganha o mundo e passa a ser fonte para localizações ao inglês, em novas campanhas de marketing, o caminho de volta é estabelecido, e a cultura baiana pode ser diretamente levada a mercados estrangeiros.



## 5. METODOLOGIA

Estando estabelecidos os conceitos teóricos relevantes ao presente trabalho, é necessário definir a metodologia do mesmo. O objeto de estudo é o jogo eletrônico para computador *VALORANT*, lançado em 2020 pela empresa norte-americana Riot Games e disponibilizado, entre outras línguas, em português brasileiro. Mais especificamente, as falas produzidas pela personagem Raze.

A análise das falas foi feita no ano de 2023. Para obtê-las, foi necessário abrir o jogo em português brasileiro e posteriormente em inglês, selecionando a personagem Raze ou observando-a sendo utilizada por companheiros de time ou adversários. Ao ouvir frases produzidas por ela, em ambas as línguas, elas foram transcritas, junto ao momento específico em que foram produzidas pela personagem. Desta forma, foi possível estabelecer uma equivalência das falas nas duas línguas; situações ou ações específicas da personagem fazem com que as frases sejam produzidas pela personagem, como por exemplo, ao utilizar sua habilidade *ultimate*, no começo de uma rodada, ao usar uma habilidade simples, entre outros.

Com as frases em português e inglês devidamente transcritas, o próximo passo foi assistir a vídeos no YouTube em que todas as falas da personagem são compiladas por jogadores, em inglês<sup>4</sup> e português<sup>5</sup>, em vídeos separados, para aumentar o grau de fidelidade das frases transcritas.

A seguir, foram encontrados comentários com reações de jogadores, brasileiros e estrangeiros, às falas da personagem nos vídeos compilados citados acima. Além disso, também foram relevantes à análise os comentários e reações a um vídeo específico lançado pela Riot Games Brasil, empresa dona do jogo *VALORANT*, em que a Raze é homenageada com uma música da Daniela Mercury, *O Canto da Cidade*. O vídeo foi assistido por jogadores de diversas partes do mundo. Foi observado que os fãs brasileiros, em sua maioria, foram muito receptivos à inserção da cultura baiana e brasileira no jogo através da personagem. Os fãs estrangeiros, apesar de não entenderem a língua da música em questão, também foram tocados positivamente pelo vídeo.

---

<sup>4</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=URg8ZUGn4\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=URg8ZUGn4_Y), acesso em 2 de maio de 2023, 14h22

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ldzBZ8v7UxM>, acesso em 2 de maio de 2023, 17h13

Também foi relevante ao trabalho ler sobre a motivação da Riot Games Brasil para a criação do vídeo supracitado, através do texto “Como os Rioters brasileiros ajudaram a criar Raze, a duelista dançarina soteropolitana”, publicado em 07/04/2022, bem como as páginas dedicadas à personagem no site do jogo<sup>6</sup>.

Na seção seguinte, uma análise das falas da personagem em inglês e português brasileiro.

---

<sup>6</sup> <https://playvalorant.com/pt-br/agents/raze/> e <https://playvalorant.com/pt-br/news/community/resumo-dos-conteudos-dos-agentes-valorant/>, acessos em 3 de maio de 2023, 16h

## 6. TRADUÇÕES DE FALAS DA PERSONAGEM RAZE DO JOGO VALORANT

*VALORANT* é um jogo eletrônico para computador lançado pela Riot Games, em 2020. Ele foi completamente localizado para o português do Brasil, com sua interface, narração, dublagens de personagens, site e campanhas de marketing disponíveis em nossa língua. Não é possível determinar se o trabalho de localização foi feito por uma equipe própria da Riot Brasil (*in-house*), ou por uma equipe externa (*outsourcing*). É um jogo de tiro em primeira pessoa com elementos narrativos (personagens determinados, com personalidades distintas). Desta forma, os elementos passíveis de tradução não são tantos quanto os de um jogo focado em história, mas também não são reduzidos quanto os de um jogo mais simplificado. Entretanto, por se propor a trazer personagens que têm origens diversas no mundo real, o *VALORANT* ganha um grau de complexidade que outros jogos do gênero não possuem.

Para analisar o trabalho de localização da personagem Raze do jogo *VALORANT* para português do Brasil, é possível partir de duas hipóteses principais quanto à origem do texto: (1) ele teria sido produzido inicialmente em inglês, como é o padrão para jogos feitos por uma empresa norte-americana, afinal, o desenvolvimento se dá nos Estados Unidos, ou, ainda, (2), ele teria sido desenvolvido inicialmente já em português brasileiro, pela equipe de localização da Riot Games Brasil, ou ao menos parte dela. Teriam, desde o princípio, fornecido um texto fonte com fortes marcas locais de uma falante baiana, com gírias, sotaque, expressões típicas da cidade de Salvador, a fim de que a equipe linguística da Riot nos Estados Unidos o localizasse para inglês e, posteriormente, o distribuísse às equipes do restante do globo, para que estas pudessem trazer a Raze às suas respectivas línguas e culturas.

As duas hipóteses são inteiramente possíveis e, a não ser por meio de uma declaração oficial da empresa, não é possível afirmar que ocorreu de um jeito e não do outro. Com o fluxo de trabalho globalizado e escritórios no mundo inteiro, não seria

tecnicamente impossível envolver escritórios relevantes no processo de criação de personagens de uma determinada nacionalidade, já que um dos slogans não oficiais do *VALORANT* é ser *unapologetic global*<sup>7</sup>, segundo líderes da empresa já responderam em declarações públicas na internet.

Essas duas hipóteses acerca da origem da Raze em português (foi um trabalho de criação ou localização?) levantam pontos de reflexão que serão debatidos em seguida.

Caso tenha sido criada primeiro em português, e depois localizada para o restante do mundo, a Riot teria subvertido a lógica vigente no mercado de tradução de jogos atual, em que o japonês ou inglês são majoritariamente as línguas fonte para os jogos, mesmo que em algo pontual, como uma única personagem, versus um jogo inteiro. Poderia vir a ser uma prática a ser replicada por empresas que também desejam ter jogos multiculturais, com personagens de mais de uma parte do mundo, de forma não estereotipada.

O outro ponto pode ser lido como um elogio à equipe de localização da Riot Brasil. Se o texto localizado é tão fidedigno que levanta dúvidas quanto à própria origem do texto base, confundindo-se com ele, é porque o trabalho de localização foi feito com maestria.

Tendo em vista os pontos previamente estabelecidos, começaremos a olhar para o material propriamente dito antes de avançarmos com a análise. É importante lembrar que o *VALORANT* não é um jogo focado em história, dos que possuem diversas cenas em meio à jogabilidade. O principal foco do jogo é no combate em tempo real contra outros jogadores, então as falas dos personagens acabam sendo pontuais, reproduzidas após algum gatilho específico no jogo – até porque, um fator importantíssimo na jogabilidade do *VALORANT* é a comunicação dos jogadores, que usam seus microfones para passar táticas e informações sobre o posicionamento dos oponentes, e falas ininterruptas dos personagens prejudicariam essa dinâmica.

A fala dos personagens está mais restrita ao começo dos rounds, antes do combate propriamente dito. Há algumas interações aleatórias, na qual dois personagens conversam brevemente entre si, ou provocam os do time adversário. Também é observado que alguns gatilhos do jogo podem ativar falas, quando algo

---

<sup>7</sup> <https://www.riotgames.com/en/news/q-and-a-with-some-of-our-valorant-leaders>

importante acontece na partida: o último inimigo sendo abatido, o jogador usando sua habilidade *ultimate*, a mais poderosa de todas, com grande impacto no jogo ou, ainda, quando os jogadores usam os comandos do próprio VALORANT para passar informações, reproduzindo falas previamente gravadas com a voz do personagem escolhido. Esse último caso é especialmente útil em situações em que não há acesso a um microfone ou interesse de usá-lo. Ao apertar alguns botões, a Raze (ou o personagem selecionado) comunica o necessário: Atacar ou defender um ponto específico do mapa, avançar ou recuar, ou, ainda, que é preciso receber, ou um bom momento para doar armamentos aos outros jogadores, entre outros.

A seguir, alguns exemplos de fala da Raze, em inglês<sup>8</sup> e em português<sup>9</sup>, e alguns comentários a respeito das escolhas de tradução realizadas. As falas foram retiradas de vídeos do YouTube compilados por jogadores e criadores de conteúdo do VALORANT.

Let's go, there's so many new toys I want to try out!	Eu tô de volta na briga! Tô cheia de brinquedo barril!
---	--

A fala em inglês é mais neutra do que a em português, sem termos diferentes do que os jogadores norte-americanos já conhecem. Já em português, há o acréscimo da gíria barril<sup>10</sup>, típica de Salvador que significa algo (ou alguém) bom. O emprego da gíria torna o texto culturalmente marcado e mais rico do que sua versão em inglês.

<i>Brimstonezinho</i> , are you sure I can't listen to music? You're really bringing me down, here, man.	Ô, Brimstone. Não posso <i>mermo</i> brigar com música? Cê tá barreando meu baba.
--	---

Nesta fala, a Raze chama Brimstone, um dos personagens do jogo, e faz um pedido implícito: ouvir música enquanto está em combate. Em inglês, ela o de *Brimstonezinho*, o que dá à fala o tom de súplica. Em português, o tom não está presente no sufixo “inho”, mas em “Ô, Brimstone”, carregado também pelo tom de voz

<sup>8</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=URg8ZUGn4\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=URg8ZUGn4_Y), acesso em 4 de maio de 2023, 17h31

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ldzBZ8v7UxM>, acesso em 4 de maio de 2023, 18h28

<sup>10</sup> <https://www.dicionariopopular.com/gurias-baianas/>, acesso em 6 de maio de 2023, 17h13

da dubladora. Além disso, a expressão de descontentamento, em português brasileiro, foi completamente adaptada à cultura alvo através da frase “cê tá barreando meu baba”<sup>11</sup>, que significa que alguém ‘está atrapalhando o esquema’, segundo a desenvolvedora do jogo.

Jett! My sister from another mister. Let's have some fun, yeah?	Jett! Ô, minha linda. Bora botar esse povo pra se bicar!
---	--

No exemplo acima, observa-se que houve o acréscimo da expressão “se bicar” em português brasileiro, deixando o texto mais autêntico, como o de uma falante de português do Brasil.

Aw, surrounded by <i>minha família!</i> We won't lose!	Aaah, tá toda família aqui juntinha. Essa a gente leva.
--	---

Aqui é a primeira vez, dentre os exemplos levantados até agora, em que tanto a forma quanto o conteúdo dos textos em inglês e português são equivalentes – o ponto principal da fala é a família, e está presente nas duas línguas. Em inglês, é uma marca fortíssima das origens da Raze, e uma escolha interessante por parte da equipe linguística norte-americana, conforme será discorrido abaixo.

You can take the girl out of Salvador, but you'll never take the girl out of Salvador! Wait...	Você pode até tirar a garota de Salvador, mas você nunca pode tirar a garota de Salvador! Não, pera...
--	--

Nesta tradução, feita quase que palavra por palavra, não foi necessária qualquer adaptação. O humor se dá pela confusão da personagem em sua fala, e não por algum fator cultural. Entretanto, destaca-se a referência nominal a Salvador também em inglês. A cidade não é um destino turístico tão famoso quanto o Rio de Janeiro, ou um polo financeiro de relevância continental, como São Paulo. Desta

<sup>11</sup> <https://twitter.com/VALORANTBrasil/status/1265349835441537030>, acesso em 4 de maio de 2023

forma, é razoável ponderar que, através de uma fala presente no jogo, mais pessoas no mundo conhecerão a cidade, ainda que somente seu nome.

Here comes the party!	Chegou o reggae!
-----------------------	------------------

Nesse último exemplo, que dá nome ao trabalho, vemos um caso de transcrição, em que a frase em inglês, 'lá vem a festa!', em tradução livre, teria sido adaptada para algo sintaticamente diferente, mas semanticamente equivalente, com o uso da expressão reggae. É uma gíria local de Salvador, que significa festa<sup>12</sup>. A frase é dita pela personagem Raze quando esta ativa sua habilidade ultimate, um lança-foguetes arrasador. Caso o texto original seja a versão em português, o escritório norte-americano teria realizado uma domesticação na tradução, eliminando a gíria e a substituindo por uma palavra equivalente em inglês, através da estratégia de equivalência.

Independentemente do verdadeiro texto original ser em inglês ou português, o *VALORANT* já subverteu a ordem da indústria audiovisual norte-americana, que costuma dar preferência à criação de textos mais domesticados, sem tantas marcas do estrangeiro, versus uma abordagem mais estrangeirizadora, conceitos de Venuti (1995) elaborados por Souza (2013), abordados no capítulo três do presente trabalho. Nos EUA, para filmes produzidos em outros países há uma preferência por redublagens em detrimento de legendas. E isso não é tudo: há muitos casos de *remakes* completos. Mudam-se os atores, ambientação, língua, enfim, tudo o que é possível, visando ambientar o filme ao máximo à cultura estadunidense. Aqui, não é discutido o mérito artístico de um *remake*, cujo embate varia entre a categorização como uma forma de arte menor do que o trabalho original, ou como uma ampliação da cultura cinematográfica de forma geral. Olha-se somente para o fenômeno em si – ele acontece.

Assim, a presença de marcas claras da cultura nativa de um personagem, mesmo quando ele está localizado em outras línguas, subverte o que é comum. Mais do que isso: ao analisar as dublagens em pt\_BR, é intrigante observar uma

<sup>12</sup><https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/barril-linguistico-salvador-tem-dialetto-que-quase-nunca-se-leva-ao-pe-da-letra/> acesso em 6 de maio de 2023, 14h10.





*“I may be an English speaker, but this was amazing. I’m definitely adding this song to my Spotify playlist”*<sup>14</sup>, comentou o usuário Grassy, no video do YouTube. *“I can’t understand a word of Portuguese, BUT THAT WAS SO AMAZING, I WANT TO SING IT SO BAD!”*<sup>15</sup>, comentou o usuário Meyoshi.

Mas e a reação de Schaeppi<sup>16</sup>, mencionada acima? Após três minutos de um silêncio sepucral, incapaz de conter as lágrimas, ele afirmou: “Ser baiano é outro nível, né? Obrigado, Riot.” Para além de qualquer análise técnica, a reação de Schaeppi resume bem a qualidade do trabalho de localização entregue. Reconheceu, entre pixels, linhas de código, strings de locução, trilha sonora, música, enfim, em uma campanha de marketing de um produto digital, a sua própria identidade. Viu, na Raze, sua terra e origens. Sua Bahia. Enxergou, em alguém que não existe em carne e osso, sua própria história.

---

<sup>14</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Pka9k\\_elCkA&lc=UgxPee9C7xlni6ocZWR4AaABAg](https://www.youtube.com/watch?v=Pka9k_elCkA&lc=UgxPee9C7xlni6ocZWR4AaABAg)

<sup>15</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Pka9k\\_elCkA&lc=UgzslFWv5ATyBBkxG9J4AaABAg](https://www.youtube.com/watch?v=Pka9k_elCkA&lc=UgzslFWv5ATyBBkxG9J4AaABAg)

<sup>16</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=IEwUPxJbALw>

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em tudo o que foi trazido à tona com os capítulos anteriores, conclui-se que houve um esforço importante da equipe de localização da Riot Games Brasil ao ambientar a Raze ao português brasileiro, tendo feito parte de sua criação original ou não. Com gírias e expressões próprias da cultura baiana presentes em um roteiro muito bem executado, não há estranhamento por parte dos jogadores de nosso país.

Nas páginas da internet oficiais da Riot, dedicadas à personagem, ela é caracterizada como uma mulher baiana, mas mesmo sem que isso fosse dito pela empresa, o trabalho de localização ao português brasileiro falaria por si só. Um jogador natural da Bahia, ao jogar com a Raze, ouviria as gírias que ele e seu círculo social falam na vida real, e também reconheceria o sotaque dela como o seu próprio, ou o de pessoas que conhece pessoalmente. Com isso, não possuiria dúvidas de que ela é mesmo baiana. Dentro das limitações do que é real e o que é virtual, nas interseções da arte digital e da realidade concreta, a Raze é sua conterrânea.

Voltando às perguntas motrizes, simplificadas: (1) a Raze é autenticamente brasileira, ou uma caricatura? Ela é tão genuinamente brasileira quanto possível, sem dúvidas. (2) Houve um trabalho de intercâmbio entre os escritórios? Brasileiros participaram da criação das falas da personagem? Difícil cravar algo sem que a empresa o diga de forma definitiva. Em um artigo publicado no site da empresa<sup>17</sup>, foi dito que escolheram Salvador, em vez de Rio de Janeiro ou São Paulo, mas não foram muito além disso. A Riot Brasil ter ou não participado da criação dos roteiros originais da Raze é uma questão objetiva demais, com respostas diretas: *sim* ou *não*. As pistas factuais só permitem avanços até certo ponto; o *talvez* e, quem sabe, o *provavelmente*, são o limite.

---

<sup>17</sup><https://www.riotgames.com/pt-br/not%C3%ADcias/como-os-rioters-brasileiros-ajudaram-a-criar-raze-a-duelista-dancarina-soteropolitana>, acesso em 6 de maio de 2023, 17h25.

Analisando o material original, as referências à Bahia ficam um pouco mais diluídas, mas ainda estão presentes: ela fala de Salvador e possui um pouco de sotaque. Ademais, a Raze também possui algumas marcas que aportuguesam suas falas, como o uso do sufixo “inho” ou alguns usos da palavra “família”, em português, em meio às frases em inglês. Em português, as gírias e expressões típicas da Bahia e de Salvador levam a imersão cultural que a personagem permite aos seus jogadores a outro patamar. Em inglês, a análise é de que é possível reconhecê-la como brasileira.

Isso provavelmente é uma escolha consciente da equipe linguística do escritório norte-americano, pois as estratégias de localização (ou dublagem, no caso de um original) levam em conta o público específico, e o norte-americano não é tão favorável ao estranhamento, basta analisar a quantidade de *remakes* de filmes estrangeiros que são feitos nos Estados Unidos, ou como as legendas em filmes em outras línguas não são tão aceitas pelo público norte-americano quanto redublagens inteiras.

Ao ouvir a Raze em português do Brasil, por outro lado, é possível reconhecê-la como uma mulher baiana, com os sotaques e gírias presentes na maioria de suas falas. Caso a Raze não tenha tido qualquer participação da Riot Games Brasil em sua criação original, o trabalho de localização do escritório brasileiro precisa ser reconhecido: teriam partido de um original mais neutro, sem tanto tempeiro, e adicionado a pimenta baiana.

Enquanto o escritório norte-americano pôs a Bahia no mapa global do mundo de jogos eletrônicos e merece ser reconhecido por isso, indo além dos estereótipos do Rio de Janeiro ou, quem sabe, de um retrato pitoresco da Amazônia, o brasileiro teria mergulhado de cabeça em Salvador, com a Raze metafórica e linguisticamente pegando o jogador pela mão e, caminhando consigo, dando um tour pela cidade. A imersão cultural através de gírias e expressões próprias do modo de falar de Salvador, presentes na versão brasileira do jogo, enriquecem o produto *VALORANT* no Brasil, e a própria cultura brasileira e baiana, ao ser exportada.

No presente trabalho, foi possível começar a identificar as estratégias de localização empregadas pela Riot Games do Brasil para a personagem Raze do jogo *VALORANT*. Há ainda, entretanto, uma quantidade expressiva de material passível

de análise, de modo que o objeto de estudo está longe de ser esgotado. Desta forma, é desejável aprofundar-se no tema, com o desenvolvimento de novas pesquisas sobre o mesmo que contribuam para o seu entendimento específico e para a literatura, de forma geral.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNAL-MERINO, Miguel. On the Translation of Video Games. **JoSTrans, The Journal of Specialised Translation**. Londres: Roehampton University, p. 22-36, julho, 2006.

CARLSON, Rebecca; CORLISS, Jonathan. Imagined Commodities: Video Game Localization and Mythologies of Cultural Difference. **Games and Culture - Game Cult.** 6., p. 61-82, 2011.

MIRCHEVSKA, Tatjana; MARKOVA, Sonja. Emergence of the Social Consumer: The Impact of Personalisation, Localization and Social Collaboration on Consumerism. In- **Annals of the University of Petrosani, Economics**. Romênia: University of Petrosani, v. 11(3), p. 229-236, 2011.

O'HAGAN, Minako; MANGIRON, Carmen. **Game Localization: Translating for the global digital entertainment industry**. Amsterdã e Filadélfia: John Benjamins B.V., 2013.

PETTIT, Zoë. Connecting cultures: cultural transfer in subtitling and dubbing. In: DIAZ-CINTAS, J. (ed.). **New trends in audiovisual translation**. Clevedon: Multilingual Matters, p. 44-57, 2009.

SOUZA, Ricardo. O conceito de "Gameplay Experience" aplicado à localização de games. In-**Scientia Traductionis**, Florianópolis, n.15, p. 8-26, julho, 2014.

SOUZA, Ricardo. Venuti e os Videogames: o conceito de domesticação/estrangeirização aplicado à localização de games. In-**Traduções**, Florianópolis, v. 5, n. esp. – Games e Tradução, p. 51-67, outubro, 2013.

VENUTI, Lawrence. **The translator's invisibility**: a history of translation. Londres e Nova Iorque: Routledge, 1995.