

**DE AF A ZUP:  
UMA ANÁLISE DA LINGUAGEM DA INTERNET  
NUM CONTEXTO DE TRADUÇÃO PARA LEGENDAGEM**

**Ana Catarina Ribeiro Serra**

**Relatório de Estágio de Mestrado em Tradução**

**abril 2019**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Tradução realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Isabel Oliveira Martins.

## **Agradecimentos**

Este relatório, que é um grande pedaço de mim, não poderia ser o que é sem a ajuda de muitas pessoas a quem quero tentar – digo humildemente – agradecer nos parágrafos seguintes.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à Professora Doutora Isabel Oliveira Martins, que aceitou trabalhar comigo neste relatório. Com o seu apoio ao longo destes meses foi possível transpor tudo o que tinha em mente para o papel ao redigir este relatório. Muito obrigada pela confiança e pelo empenho. Um agradecimento especial também a todos os professores – tanto aqueles que tive o privilégio de conhecer no mestrado na FCSH, como aqueles que me acolheram durante a licenciatura da FLUC – que, de uma maneira ou outra, contribuíram para o meu interesse na área da tradução, influenciando, assim, este trabalho.

Gostaria de agradecer à Dra. Rosário Vieira e à equipa da Sintagma pela confiança, pela paciência, mas, sobretudo, por todo o conhecimento que partilharam. Levo comigo todas as dicas que me deram e não esqueço o quão amável a equipa foi desde o primeiro dia. Desejo todo o sucesso à Sintagma.

Um obrigada gigante a todos os amigos que me acompanharam nesta jornada. Por toda a paciência e trabalho extra que tiveram enquanto estava ocupada a escrever ou a pesquisar artigos. Por todo o interesse que mostraram e continuam a mostrar neste meu percurso académico. Por todas as saídas e conversas que me ajudaram a equilibrar tudo. Obrigada.

E, por fim, o maior agradecimento vai para os meus pais. Mãe. Pai. Muito obrigada por me ouvirem quando precisei e por se fazerem ouvir quando precisei também. O vosso apoio incondicional foi a força por trás de tudo isto. Vi, de coração pesado, todos os esforços que fizeram para eu chegar até aqui. Espero, com este trabalho, poder retribuir-vos.

**DE AF A ZUP:**

**UMA ANÁLISE DA LINGUAGEM DA INTERNET  
NUM CONTEXTO DE TRADUÇÃO PARA LEGENDAGEM**

Ana Catarina Ribeiro Serra

**Resumo**

O presente relatório pretende descrever a experiência da autora enquanto estagiária na Sintagma Traduções Unipessoal, Lda. Serão igualmente analisados problemas encontrados durante o período de estágio que envolvem a linguagem da Internet e a sua tradução para o meio audiovisual.

As competências trabalhadas e projetos realizados durante o estágio serão descritas numa primeira parte do relatório. De seguida, será apresentada a definição de linguagem da Internet. Numa última parte, serão expostas considerações gerais acerca da tradução audiovisual e, por fim, analisados os problemas e as suas resoluções.

Desta forma, pretende-se dar a conhecer a complexidade da tradução da linguagem da Internet na legendagem, apresentando possíveis soluções para problemas que envolvem expressões próprias, acrónimos, siglas e abreviaturas que qualquer tradutor pode encontrar ao longo do seu percurso.

PALAVRAS-CHAVE: Tradução, Legendagem, Audiovisual, Linguagem da Internet.

## **FROM AF TO ZUP:**

# **AN ANALYSIS OF INTERNET LANGUAGE IN AUDIOVISUAL TRANSLATION**

Ana Catarina Ribeiro Serra

### **Abstract**

The main goal of this report is to analyse the author's experience as an intern at Sintagma Traduções Unipessoal, Lda. Situations where difficulties regarding the translation of Internet language in audiovisual translation arose during the internship mentioned formerly will likewise be analysed.

Firstly, this report will explain the skills trained and projects completed during the internship. Then, a definition of Internet language will be presented. There will be some general considerations regarding audiovisual translation and, finally, an analysis of the challenges met and how they were tackled.

In this way, this report aims to explain the complexity of Internet language translation in subtitling by presenting possible solutions to challenges regarding particular expressions, acronyms, initials and abbreviations, which any translator may face.

KEYWORDS: Translation, Subtitling, Audiovisual, Internet Language.

# Índice

Introdução	1
Capítulo I. Caracterização do estágio	3
1.1. Apresentação da empresa	3
1.2. Competências e trabalhos desenvolvidos no decorrer do estágio	4
Capítulo II. A linguagem da Internet	7
2.1. Definição	7
2.2. O destaque da linguagem da Internet em países anglófonos <i>versus</i> em Portugal	10
Capítulo III. A legendagem e a linguagem da Internet	13
3.1. Questões gerais acerca da tradução audiovisual	13
3.2. Análise dos conteúdos e do público-alvo	16
3.2.1. Os programas tratados	16
3.2.2. A geração MTV	19
3.3. Problemas tradutórios	20
3.3.1. Exposição dos problemas e soluções	21
3.3.2. Traduzir ou não traduzir	33
Conclusão	36
Bibliografia	38
Anexos	41
Anexo I	42
Anexo II	44
Anexo III	45
Anexo IV	47
Anexo V	48
Anexo VI	49



“We know from millennia of experience that despite the best efforts of authorities and usage guides, a language ultimately belongs to its speakers, all of them.”

Gretchen McCulloch, “Wired Style: A Linguist Explains Vintage Internet Slang”, 2015

## Introdução

Não há absolutamente nada de errado em comunicar numa língua. Não há, igualmente, nada de errado em adaptar essa língua e apropriá-la a um meio. Do mesmo modo, não há nada de errado com o resultado dessas adaptações e uso dessa linguagem cortada e remendada por parte de pessoas de todo o mundo. A complexidade surge quando há necessidade de partilhar informação codificada nessa linguagem, que tem por base uma língua, com um público que faz uso de uma linguagem que tem por base uma língua distinta.

Como utilizadora ávida de redes sociais e também tradutora, ao encontrar situações que se provaram difíceis de solucionar durante o estágio curricular realizado no âmbito da conclusão deste metrado, percebi que esta combinação de áreas pouco explorada merecia atenção. Ao traduzir e legendar – as duas principais atividades realizadas durante o estágio – foram várias as situações que exigiram momentos de maior reflexão e pesquisa de modo a conseguir uma solução. Encontrar exemplos de linguagem da Internet – aquela usada na comunicação em redes sociais, principalmente – permaneceu um problema que não tinha uma resposta concreta. A falta de referências literárias associada a esta mescla de temas apenas incentivou esta pesquisa.

O reconhecimento da linguagem da Internet como algo atual e em constante mudança por todo o mundo e em diferentes culturas foi o ponto de partida. A influência da Internet é, atualmente, irrevogável. David Crystal salienta na sua obra *Internet Linguistics: A Student Guide*:

What I, as a linguist, see on the Internet is a remarkable expansion of the expressive options available in a language – far exceeding the kinds of stylistic expansion that took place with the arrival of printing and broadcasting. These earlier media

introduced many new varieties of language, such as news articles, advertisements, sports commentaries, and weather forecasts. The same sort of thing has happened on the Internet, illustrated by such new varieties as email, chat, texting, blogging, tweeting, instant messaging, and social networking. The difference is that the Internet is so much larger than the earlier media – it is capable of subsuming the worlds of print and broadcasting – and changes more rapidly. We therefore need to learn to manage it, and this point applies not only to Internet content but also to the language in which the content is expressed. (2011, p.7)

Com estas palavras em mente, surge um interesse crescente em analisar o que é a comunicação na Internet em Portugal, de forma a auxiliar decisões face aos problemas tradutórios que surgiram tendo por base a linguagem da Internet na língua inglesa, como são exemplos a abreviatura “fave” ou a sigla “af”, mais à frente tratados.

Será possível reconhecer a forma como comunicamos nas mais diversas plataformas da Internet ou até na vida real? Qual é a verdadeira influência das expressões, abreviaturas e acrónimos que têm por base a língua inglesa em Portugal? Será apropriado adotarmos essas expressões? Qual o impacto da realidade social da cultura de chegada na decisão de um tradutor ao enfrentar problemas relativos à linguagem da Internet? Foram questões como estas que estiveram na origem deste relatório e as respostas às mesmas encontram-se nos capítulos subsequentes. Uma primeira parte deste relatório pretende dar a conhecer o trabalho elaborado durante o estágio, incluindo as principais características da empresa onde este foi realizado, bem como as competências adquiridas e os projetos trabalhados durante o mesmo período. De seguida, uma segunda parte apresenta uma visão detalhada da definição de linguagem da Internet e explora a sua relevância nos países de língua anglófona e em Portugal. Um último capítulo tem como objeto a análise de exemplos concretos de problemas tradutórios encontrados durante o estágio que tiveram por base o tipo de linguagem descrito previamente. O capítulo conta igualmente com uma visão geral da tradução audiovisual e conclusão pós-análise dos referidos problemas. Segue-se, por fim, uma conclusão que pretende ser coerente e concreta face às definições, dados e soluções apresentados anteriormente.

# **Capítulo I. Caracterização do estágio**

## **1.1. Apresentação da empresa**

A Sintagma Traduções Unipessoal, LDA. é reconhecida no meio da tradução como uma das empresas com mais prestígio na área particular da tradução audiovisual. Fundada em 1993, a Sintagma, liderada pela Dra. Rosário Vieira, conta com dezenas de tradutores – internos e externos – que trabalham diariamente para oferecer traduções e legendagem a variados programas a que temos acesso tanto na televisão nacional como em distribuidores de conteúdos na Internet. A Sintagma oferece ainda serviços de dobragem, retroversão, tradução técnica, literária, jurídica, localização, entre outros. A empresa está a crescer cada vez mais ao nível da oferta de trabalhos e a tornar-se mais versátil, mostrando interesse em chegar aos mercados crescentes, como é exemplo o dos jogos na Internet.

Uma das particularidades da Sintagma é a de disponibilizar anualmente cursos de legendagem abertos ao público, onde os tradutores são também formadores. Estes cursos, que contam com o apoio da APT (Associação Portuguesa de Tradutores), têm tido bastante adesão e resultados muito positivos, o que reflete, mais uma vez, a influência da empresa no meio. A Dra. Rosário Vieira e membros da sua equipa contribuíram também para o prestígio da empresa ao organizar com frequência vários seminários de trabalho, palestras, entre outras iniciativas que se destacam pela relevância que têm na área da tradução audiovisual.

Este estágio em particular consistiu em 400 horas de trabalho, repartidas por 10 semanas, onde o horário de trabalho diário foi de 8 horas. O local onde se realizou foi nas instalações da empresa, em Carcavelos. Durante o mesmo foi prestado todo o auxílio necessário tanto por parte da orientadora, a Dra. Rosário Vieira, como pelos restantes colegas de trabalho, apoio esse que se mostrou fundamental para uma evolução pessoal nesta área até então ainda não explorada.

## 1.2. Competências e trabalhos desenvolvidos no decorrer do estágio

Como alguém cuja experiência e conhecimento acerca da tradução audiovisual era muito limitado, candidatar-me a um lugar como aluna estagiária na Sintagma foi um passo consideravelmente difícil a tomar. De modo a aferir as capacidades dos possíveis estagiários, a empresa propõe a cada candidato a elaboração de um pequeno teste que consiste na legendagem e tradução de um excerto de um vídeo onde claramente se apresentam problemas tradutórios. Este teste serve para testar não só o conhecimento base do candidato ao nível do programa de legendagem usado pela empresa, mas também a sua atitude face ao confronto com problemas que podem ter várias soluções no campo da tradução audiovisual. De salientar que a minha formação no primeiro ciclo de estudos académicos é em Línguas Modernas, pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Na base desta licenciatura estão as áreas da linguística, literatura e cultura das línguas inglesa e portuguesa. Ao seguir o 2º ciclo de estudos neste Mestrado em Tradução, obtive as primeiras indicações formais acerca de técnicas de tradução. Contudo, no ano letivo de 2017/2018, este mestrado não ofereceu uma unidade curricular relacionada com tradução audiovisual. Com isso em mente, posso considerar que era uma tábua rasa no início do meu período de estágio na Sintagma.

Desde o início do estágio, é feita a introdução a práticas corretas de legendagem. O treino das mesmas começou no primeiro dia de estágio na empresa. A legendagem distingue-se pela introdução de texto traduzido ou transcrito, usualmente, na metade inferior de um ecrã, sendo esse texto limitado a duas linhas no máximo, a um certo número de caracteres e a um período de tempo em que se apresenta no ecrã para o espetador. A tarefa de legendar e simultaneamente traduzir um episódio de uma série foi a forma ideal para aprender como trabalhar de forma correta. Aprender a usar o programa *Spot 5.1* foi particularmente desafiante. Sendo uma ferramenta de trabalho orientada para facilitar o trabalho de quem legenda – trabalho esse que muitas vezes tem de ser cumprido num curto período de tempo – o *Spot* oferece uma variedade de atalhos de teclado para diferentes tarefas. Memorizá-los levou alguma prática, mas a descoberta de outros foi bastante intuitiva.

Com a qualidade do meu futuro trabalho em mente, uma das questões mais pertinentes que senti necessidade de colocar, quando comecei a praticar legendagem, foi quantos minutos

traduz e legenda alguém num dia de trabalho normal de oito horas. É certo que há diversas condições que influenciam o tempo que um tradutor leva a traduzir e legendar algo. Questões como a necessidade ou não de pesquisa intensiva acerca do tema do vídeo a traduzir, ou o caso de esse mesmo incluir diálogo difícil de entender plenamente numa só audição, são apenas algumas das possíveis dificuldades à realização rápida e correta da tradução e legendagem. A resposta dos diferentes colegas foi entre quarenta e cinquenta minutos, em média. Assim sendo, um dos principais cuidados que tive ao longo do estágio foi apontar desde o primeiro dia o meu progresso no projeto em que estava a trabalhar. Para tal, todos os dias elaborava uma tabela onde a primeira coluna correspondia às horas de trabalho e uma segunda coluna indicava o minuto e segundo do vídeo que estava a ser traduzido e legendado, bem como o número de legendas totais até à hora já elaboradas<sup>1</sup>.

O número de projetos trabalhados relevou-se fundamental para a evolução ao longo deste estágio. Trabalhar na Sintagma deu-me a oportunidade de desenvolver as minhas competências ao nível da tradução (e também transcrição) dos mais variados tipos de textos de partida<sup>2</sup>. O projeto com maior número de trabalhos elaborados foi, sem dúvida, o correspondente aos vídeos relacionados com a empresa EDP. Estes compreenderam algumas dezenas de vídeos de curta e média duração (entre dois e vinte minutos), na sua maioria em português do Brasil, de tipo institucional e informativo acerca das particularidades da empresa de energia e as suas ramificações pelo mundo. O objetivo principal destes trabalhos era o de transcrever o que era proferido nos vídeos, fazendo as devidas adequações quando se tratava de transcrever entrevistas com discurso sem guião ou adaptar expressões e elementos gramaticais típicos de português do Brasil para português de Portugal. Apesar de o trabalho de transcrição revelar diferentes desafios relativamente à tradução e legendagem de inglês para português, este treino deu-me também a oportunidade de aprender regras gerais da legendagem de forma rápida e concreta. Ao transcrever e legendar ao mesmo tempo estes vídeos, consegui focar-me nas principais particularidades do *Spot 5.1*, tais como a interface<sup>3</sup> e os atalhos previamente referidos.

---

<sup>1</sup> Encontra-se no Anexo III um gráfico que representa o progresso conseguido ao longo do estágio, tendo por base os dados registados, bem como uma breve análise do mesmo.

<sup>2</sup> Uma tabela com todos os projetos trabalhados durante o estágio encontra-se no Anexo I.

<sup>3</sup> Encontram-se, no Anexo II, capturas de ecrã do programa utilizado.

Em segundo lugar, com aspetos inteiramente distintos, seguiram-se os trabalhos realizados para a empresa Netflix. Estes consistiram, na sua maioria, em *trailers* de séries e filmes que iriam estreiar nos meses seguintes na plataforma. Desta forma, as temáticas dos conteúdos foram muito variadas e mostraram-se positivamente estimulantes na sua realização. O meu interesse pelo entretenimento de género ficcional no âmbito do cinema e televisão a par com a familiaridade *a priori* com a plataforma Netflix em si, tornou a experiência muito enriquecedora a nível profissional e pessoal. A principal característica distintiva de todos os trabalhos realizados para a Netflix é a existência de um *template*. Um *template* é um ficheiro modelo com uma extensão compatível com a do programa utilizado para legendar, onde o texto na língua a traduzir aparece já repartido, posicionado corretamente no ecrã e com os limites de tempo e caracteres estabelecidos. Assim sendo, traduzir estas legendas para português torna-se particularmente complicado. Corresponder aos limites pré-definidos exige um esforço extra por parte do tradutor, sendo que nem sempre uma primeira tradução é compatível com a secção correspondente no ficheiro. Foi ao traduzir para a Netflix que a inventividade foi testada e as regras da gramática portuguesa exploradas de modo a conseguir um maior número de sinónimos para uma mesma frase, ganhando, na maioria das vezes, aquele que se mostrava mais reduzido em número de caracteres sem perder a mensagem do texto de partida. Ferramentas como *Linguee*, *Merriam-Webster Dictionary*, *Thesaurus* e *Priberam* mostraram-se úteis em situações como estas, e, incontornavelmente, estiveram sempre por perto durante a realização de qualquer trabalho.

Em terceiro lugar, e com maior destaque neste relatório, estão os trabalhos realizados tendo por base ficheiros da MTV Portugal. Estes variaram tanto em temática como em formato. Neste grupo, estão incluídos vídeos promocionais para diferentes programas produzidos pela MTV UK e MTV US, como *Are You The One?*, *Ex On The Beach*, *Jersey Shore: Family Vacation*, *Floribama Shore*, *Just Tattoo of Us* e *Faking It*, assim como pequenos episódios do segmento musical MTV Push e notícias curtas (*shorts*) acerca da vida das celebridades mais populares da atualidade. Enquanto os primeiros trabalhos referidos foram realizados no *Spot 5.1*, com o suporte de *template* ou, ocasionalmente, guião e vídeo original, a tradução dos *shorts* foi realizada em ficheiros Excel, tendo, contudo, sempre acesso ao vídeo original. As principais dificuldades na tradução de conteúdos para a MTV Portugal foram a adaptação ao público-alvo e as particularidades do discurso no texto de partida. Em adição aos auxiliares já referidos, o *Urban Dictionary* e um conhecimento abrangente das temáticas e da linguagem usada pelos

intervenientes nos diferentes contextos mostraram-se imprescindíveis para a tradução de vários destes cliques. Estes fatores serão explorados nos capítulos seguintes.

Para além dos trabalhos referidos, foram traduzidos e legendados programas com uma duração maior (entre quarenta e cinco e cem minutos), como, por exemplo, os episódios dos programas *American Pickers*, *Chopped* ou *Baby Ballroom* (este último realizado num contexto de treino) e emissões de *BBC Proms*. Estes projetos distinguiram-se por terem exigido uma pesquisa intensiva e alargada dos temas – antiguidades, culinária, danças de salão e música clássica, respetivamente –, a qual muitas vezes se mostrava difícil devido à falta de registo de traduções prévias de algumas expressões ou questões de linguagem técnica de cada área. A par com este último grupo, encontram-se os raros trabalhos de tradução jurídica realizados. Mais uma vez, estes desafios foram bem-vindos, sendo que culminaram num conhecimento mais alargado de áreas linguísticas pouco exploradas até à data.

Apesar da insegurança inicial relativa à legendagem, como foi descrito acima, traduzir na Sintagma motivou a minha vontade de trabalhar em áreas particulares da tradução onde sinto que produzo melhores resultados. Contudo, mesmo ao trabalhar temáticas mais familiares, os problemas tradutórios surgiram. Foram precisamente essas dificuldades que alimentaram um crescente interesse na exploração das mesmas a um nível mais aprofundado, aliando-as às particularidades do meio audiovisual, o que, em última instância, culminou neste relatório.

## **Capítulo II. A linguagem da Internet**

### **2.1. Definição**

Definir “linguagem da Internet” torna-se algo complexo de fazer. O aparecimento de novas linguagens tem, por norma, um período temporal mais ou menos definido e características que são identificáveis e que distinguem uma linguagem das outras. O “internetês” – neologismo também usado em referência à linguagem da Internet – surge num

momento pouco certo no tempo, apesar de estar ligado à década de 70 quando a Internet se começa a generalizar. O “internetês” continua em evolução e renovação até aos dias de hoje, contanto com influências de diferentes pontos do mundo e diferentes períodos temporais. Uma das suas particularidades mais interessantes é que, como indica David Crystal, esta forma de comunicação está ligada a uma abordagem descritiva que valoriza a descrição das variações em termos de uso da linguagem e explica a razão por trás da existência dessas mesmas variações (2006, p. 67). O “internetês” caracteriza-se por depender de expressões particulares, abreviaturas, acrónimos ou siglas. Estas são usadas tanto na procura e partilha de informação – uma secção claramente mais utilitária da Internet – como nos espaços virtuais de lazer e com um cariz prioritariamente de socialização que encontramos, por exemplo, nas redes sociais. Este relatório foca-se particularmente neste último plano espacial.

Crystal esclarece que:

On the Internet, as with traditional speaking and writing, the language that individuals produce is far exceeded by the language they receive; and as the Internet is a medium almost entirely dependent on reactions to written messages, awareness of audience must hold a primary place in any discussion. (2006, p. 20)

Assim sendo, há diversas razões para a apropriação da língua desta forma num meio tecnológico social. Em primeiro lugar, torna a comunicação entre pessoas na Internet mais rápida e económica. É possível comunicar de forma eficaz com uma outra pessoa fazendo uso de abreviaturas específicas ou expressões próprias, desde que ambos os intervenientes sejam “fluentes” neste tipo de linguagem. Um exemplo de uma troca de informação com características semelhantes entre dois utilizadores de uma rede social encontra-se abaixo:



Fig. I e II – Exemplos de *tweets*.<sup>4</sup>

Para além da rapidez, uma das particularidades da linguagem da Internet é a de ser precisamente usada por aqueles que têm conhecimento do significado das abreviaturas e expressões que são parte dela, ganhando, assim, uma característica de exclusividade. Aqueles que comunicam usando a linguagem da Internet são parte de um nicho. Isto possibilita comunicar de forma inteligente, omitindo informação àqueles que desconhecem esta forma de comunicar, criando um sentimento de pertença a um grupo com os mesmos interesses, sendo este um aspeto particularmente importante para os jovens adolescentes, faixa etária com maior envolvimento com a linguagem da Internet.

As marcas desta linguagem não se encontram apenas num ponto geográfico. Isto é claro quando analisamos a influência que a linguagem usada na Internet tem em outras variedades. É também certo que, apesar da presença deste tipo de comunicação se destacar num espaço virtual, a linguagem da Internet tem sido particularmente notória desde o início do século XXI

<sup>4</sup> A mensagem de cada utilizador descodificada seria, na figura I, “User 1: @user2 Hey, baby! Let me know when you’re ready to go! Tonight is going to be great! I can’t wait.” e, na figura II, “User 2: @user1 Yes! Thank God it’s Friday, am I right? I’ll be out in a minute.”

e com particular evidência na última década. Consequentemente, muitas das expressões que fazem parte da linguagem da Internet foram apropriadas pelo discurso oral. Atualmente, não é incomum ouvir um indivíduo de nacionalidade portuguesa, por exemplo, usar a sigla “lol” (do inglês, *laughing out loud* ou *lots of laughter*) na oralidade. É, no entanto, claro que tal expressão faz parte de um discurso visivelmente informal e que é bastante mais comum a mesma expressão ser proferida por um jovem adolescente que por um adulto, mas a sua presença – e de outras com semelhantes características – na vida real é inquestionável.

Como Crystal (2006, p. 20) indica “It is always a sure sign that a new variety has ‘arrived’ when people in other linguistic situations start alluding to it”, e é certo que a língua portuguesa foi e continua a ser marcada por outras línguas ou, no contexto do “internetês”, por diferentes transformações linguísticas. Contudo, é importante distinguir o principal influenciador do influenciado.

## **2.2. O destaque da linguagem da Internet em países anglófonos *versus* em Portugal**

Grande parte das expressões usadas nas redes sociais tem origem na língua inglesa. Este facto não é de todo surpreendente tendo em conta que o inglês é considerado a língua da Internet, sendo o principal código usado na troca de informação ou comunicação ao nível tecnológico<sup>5</sup>. Um dos principais fatores no destaque da língua inglesa no meio virtual é o da localização dos principais criadores e distribuidores do meio. Os EUA e o Reino Unido, onde foi criada e desenvolvida a Internet, são também os locais onde se encontram as principais sedes de administração e desenvolvimento das mais importantes empresas que atuam no mundo virtual e cujos nomes são reconhecidos mundialmente como é exemplo o Google, o YouTube, ou o Facebook, sendo esta uma das principais redes sociais que adquiriu, entretanto, em 2012, outra igualmente popular, o Instagram. Porém, os utilizadores destas redes sociais não podiam ser mais diversificados geograficamente. Nas listas de países com maior número de utilizadores

---

<sup>5</sup> De acordo com Internet World Stats, o inglês está no topo da lista das dez línguas mais usadas na Internet. No anexo IV encontra-se a lista completa. É importante salientar que esta lista diz respeito ao fim do ano de 2017 e que não há qualquer indicação de que os números se tenham alterado drasticamente desde então.

na Internet constam países como a China, a Índia, o Brasil, o Japão e a Rússia, por exemplo.<sup>6</sup> Com milhões de utilizadores das mais variadas nacionalidades a visitar os respetivos sítios e aplicações todos os dias, as redes sociais têm-se tornado um local onde a linguagem da Internet nasce e se desenvolve. A facilidade no acesso e no funcionamento torna possível a participação de indivíduos de diferentes idades, géneros e estatutos sociais e com interesses variados na criação de expressões, abreviaturas, acrónimos e siglas que marcam a forma de comunicar na Internet.

A participação ativa num meio tecnológico por parte de pessoas de todo o mundo marca a forma como comunicamos, porém, é necessário regressar ao primeiro ponto deste subcapítulo e discutir a influência da língua inglesa na linguagem da Internet. A primeira rede social, CompuServe, surge em 1969 nos Estados Unidos. Esta plataforma facilitava o acesso a um computador, visto que a maioria das pessoas não tinha um em casa. Mas o que torna o CompuServe a primeira rede social é a inovação que os fundadores mostraram ao criar programas e serviços, como o sistema de troca de mensagens, que facilitaram a comunicação na Internet, segundo Karen McIntyre (2014, p. 12). É certo que foram inovações consideradas limitadas, segundo os padrões atuais, pois as redes sociais desenvolveram-se ao longo dos anos seguintes, acompanhando não só a evolução tecnológica, mas também as necessidades sociais das pessoas. Com a viragem do novo século e o aparecimento de redes como o Myspace e o Facebook nos anos 90 e início de 2000 respetivamente, inicia-se uma geração onde a linguagem da Internet se intensifica, espalha e inova rapidamente. Sendo que as redes sociais funcionam também como um eco dos interesses dos seus utilizadores, a influência da literatura, da música, dos filmes, das séries televisivas e do mundo do entretenimento em geral está na base de grande parte das tendências relativas à linguagem da Internet. Por fim, quando surgem *memes* da Internet – um subgénero do termo “meme”, cunhado na década de 70 por Richard Dawkins para refletir “[...] an attempt to understand why some behaviours, from an evolutionary perspective, seemed to make no sense but, somehow or other, were found to be very common in human societies” (Jordan, 2014) –, a influência desses interesses é ainda mais notória. Atualmente, um *meme* da Internet refere-se a um pedaço de informação que pode ter diferentes formas (imagem, vídeo, expressão, por exemplo) e que é partilhado na Internet para fins humorísticos.

---

<sup>6</sup> No Anexo V encontra-se a respetiva lista na sua totalidade. Do mesmo modo, é importante salientar que esta lista diz respeito ao fim do ano de 2017 e que as mesmas condições referidas acima se aplicam.

A linguagem da Internet adapta-se às mais diversas áreas, tendo como base uma língua falada e escrita. Como tal, não é incomum nos dias que correm ver pelas redes sociais adaptações de expressões que estão presentes nas páginas de jornais. Muitas vezes, a participação ativa e adaptação ao meio e às tendências na Internet por parte de personalidades, grupos, empresas e outras entidades, é uma mais-valia. Um exemplo atual do uso de linguagem da Internet e do mundo das redes sociais com intenção de expandir uma situação do meio real para o meio virtual é o uso do *hashtag* #MAGA, acrónimo do slogan da campanha eleitoral do atual presidente dos Estados Unidos da América (por extenso, “Make America Great Again”). O *hashtag* popularizou-se na rede social *Twitter* e ganhou particular atenção durante as presidenciais de 2016. Rapidamente a frase ganhou um valor irónico nas redes sociais, onde diariamente surgiam inúmeras mensagens, imagens e vídeos com referências a slogans alternativos.

Para além das expressões acima mencionadas, a linguagem da Internet é definitivamente marcada pelas transformações em siglas e acrónimos. Transformar uma expressão faz-se usando a primeira letra de cada palavra da mesma, omitindo todas as outras. Assim, “Be right back” torna-se em “brb” ou “I don’t care” em “idc”, entre muitas outras.

De acordo com Crystal (2006, p. 229), a Internet “Not only does it offer a home to all linguistic styles within a language; it offers a home to all languages – once their communities have a functioning computer technology. This has been the most notable change since the Web began.” O crescimento da Internet influencia também o que acontece na linguagem usada no meio e, de facto, o que se passa atualmente em Portugal é idêntico. O português é a quinta língua mais utilizada na Internet<sup>7</sup>, e enquanto podemos atribuir grande parte dessa classificação ao Brasil, a forma como a língua é utilizada é bastante uniforme. Nos países de língua portuguesa e um pouco por todo o mundo, milhões de jovens usam abreviaturas para comunicar na Internet. Exemplos comuns são o uso de “ctg”, que significa “contigo”, ou “td”, que significa “tudo”. Da mesma forma, é também possível encontrar expressões que surgem de origem portuguesa na Internet. Uma das mais reconhecidas é “brinks”, uma adaptação da palavra “brincadeira”.

---

<sup>7</sup> De acordo com Internet World Stats, o português está em quinto lugar na lista das dez línguas mais usadas na Internet. Ver Anexo IV.

Entretanto, é importante realçar a tradução e adaptação das expressões inglesas e a presença destas no meio português. A verdade é que, na sua maioria, as expressões usadas têm essas características. Uma explicação para tal poderá ser a fraca presença nacional, e, logicamente, internacional, da língua portuguesa nas áreas relativas ao entretenimento, que está, como mencionado acima, na origem de grande parte linguagem da Internet. Também o número de utilizadores das redes sociais terá certamente influência na resposta dada pelos utilizadores portugueses no que toca à criação de expressões. Para além das diferentes posições na lista das línguas mais utilizadas na Internet acima mencionadas, Portugal conta com um número bastante mais reduzido de utilizadores nas redes sociais por comparação com outros países. Para além disso, segundo estudos recentes, cerca de 61.9% da população total de Portugal faz uso das redes sociais<sup>8</sup>. Este é um valor relevante, mas ainda aquém quando em comparação com os utilizadores de língua inglesa. Com isto em mente, algumas das expressões adaptadas mais utilizadas são “trollar”, do verbo *to troll*, que se refere a gozar com alguém na Internet, e “stalkear”, do verbo *to stalk*, que significa seguir intensamente a atividade de uma pessoa no meio virtual.

Numa observação generalizada, as diferenças a nível cultural e tecnológico entre os países com falantes de língua inglesa e aqueles onde a língua portuguesa é a primeira língua estão na origem dos resultados distintos. Porém, observar o desenvolvimento da globalização e as consequências do mesmo, abre portas para a proposta de avanços futuros para o público português no que toca ao “internetês”, e possibilita, assim, interpretar dados que indicarão não só os interesses do público jovem, mas também a relevância da tradução ou, por outras palavras, a necessidade de conteúdos e de comunicar acerca dos mesmos na língua nativa.

## **Capítulo III. A legendagem e a linguagem da Internet**

### **3.1. Questões gerais acerca da tradução audiovisual**

---

<sup>8</sup> Este valor é resultado de um estudo do Grupo Marktest, publicado a 2 de outubro de 2018.

O termo abrangente ‘tradução audiovisual’ surge no meio acadêmico no final do século XX. Dentro do mesmo, inserem-se diferentes tipos de tradução, sendo a legendagem e a dobragem aquelas com maior destaque, e o primeiro aquele com maior relevância neste relatório. A legendagem distingue-se da tradução dita tradicional, não só nos conteúdos que são trabalhados, mas também ao meio onde é aplicada. Contudo, o objetivo de ambas é idêntico, sendo que tentam facilitar o acesso a informação e entretenimento desconhecidos, se seguirmos a proposta de Jorge Diaz Cintas e Aline Remael (2007, p. 13).

Num mundo onde a língua inglesa ganha importância a passos largos, e particularmente na Internet, as restantes línguas perdem alguma relevância *online* como consequência clara. A legendagem tem as suas particularidades e nem sempre é utilizada num meio tão transformativo, adaptável e influenciado quase exclusivamente pela opinião dos seus utilizadores como a Internet. Em primeiro lugar, existem diferentes particularidades que condicionam as legendas, de acordo com Cintas e Remael, como a dimensão linguística, o tempo disponível para a preparação das mesmas, os parâmetros técnicos, os métodos de projeção das legendas e o formato de distribuição (2017, p. 13). De modo a relacionar o trabalho elaborado – em particular, aquele com maior relevância para este relatório – com as características mencionadas, é pertinente clarificar que as legendas realizadas durante o estágio foram interlinguísticas, estando os textos de partida em inglês e traduzidos pela estagiária para português, e orientadas para espectadores com audição. Quanto ao tempo disponível, este é comum variar dependendo do projeto em questão. Cintas e Raemel mencionam ainda que as legendas podem distinguir-se em dois tipos: as pré-preparadas e as legendas ao vivo (2017, p. 19). As legendas realizadas inserem-se na primeira categoria, sendo que os programas que foram traduzidos tinham sido previamente gravados e entregues para a respetiva tradução, algum tempo antes de os mesmos serem transmitidos. As subseqüentes categorias referem-se aos parâmetros técnicos e ao formato de distribuição. As traduções e a legendagem efetuadas foram, na sua grande maioria, para programas televisivos. Este formato de distribuição tem a particularidade de as legendas inseridas serem “abertas”, ou seja, são projetadas na imagem e não podem, então, ser desassociadas do vídeo, sendo esse o parâmetro técnico que as categoriza.

Clarificadas as condições das legendas realizadas, é importante referir o trabalho realizado por um profissional de tradução audiovisual. Cintas e Remael distinguem três tipos de profissionais na área: o “spotter”, a pessoa responsável pela definição dos tempos de entrada e saída das legendas e pela criação de *templates* e anotações para os tradutores; o tradutor, cuja principal função é transferir a mensagem da língua de partida para a língua de chegada, tendo em conta as características da tradução de discurso oral para texto escrito; e o adaptador, cuja função consiste em modificar o texto sempre que necessário de modo a que este se adeque às limitações dos media, fazendo uso de estratégias de condensação e redução na língua de chegada (2007, p. 34). Contudo, esta repartição de trabalho é rara. Assim sendo, o que se comprova com maior frequência é que um tradutor assume todas as funções acima mencionadas, exigindo uma familiaridade não só com as línguas de partida e de chegada, mas também com o programa de legendagem e os parâmetros a respeitar durante a atividade, assim como técnicas de redução de texto.

Para que a prática das funções do primeiro profissional mencionado seja executada de forma adequada, devem ser tidas em conta considerações relativas ao uso do programa de legendagem. Cintas e Remael referem no seu guia para uma legendagem adequada que os tempos de entrada e saída de uma legenda devem ser compatíveis com o ritmo do vídeo e das personagens nele intervenientes, tendo em conta pausas, interrupções e outras particularidades do discurso oral (2007, p. 88). Da mesma forma, é necessário acompanhar o som do vídeo a ser trabalhado e considerar o começo e o fim do discurso oral, o que é possível através da ferramenta de reconhecimento de voz, disponível em programas de legendagem como o *Spot 5.1*. Os autores referem que o tempo médio que uma legenda deve ser apresentada ao espectador é de 6 segundos e que entre legendas é necessária uma breve pausa para facilitar a leitura por parte do espectador, características que foram igualmente respeitadas durante o estágio. Muitas vezes, estes parâmetros são enviados ao “spotter” pela empresa que encomenda o trabalho. Isto porque diferentes clientes requerem diferentes parâmetros.<sup>9</sup>

Quanto ao trabalho de adaptação do texto de partida às legendas, questões como a redução de texto, coesão e coerência, e segmentação são áreas que devem ser dominadas pelo

---

<sup>9</sup> Encontra-se, no Anexo II, uma captura de ecrã que corresponde aos parâmetros pré-definidos que foram cumpridos durante a legendagem dos programas, cujo enfoque consta deste relatório.

profissional. A redução de texto está inevitavelmente associada à versão escrita de um texto de partida oral. Os autores analisados afirmam ainda que as principais razões para a redução de texto são: a facilidade para o espectador no que toca à leitura e compreensão do texto; o facto de o espectador estar ao mesmo tempo a absorver informação visual (a ação do vídeo) e a auditiva (o som do vídeo); e o limite de duas linhas por captura de vídeo imposto a todas as legendas, bem como os parâmetros definidos previamente que limitam o número de caracteres e a velocidade de leitura (2007, p. 146). A omissão e a reformulação são duas técnicas usadas para a redução de texto nas legendas.

A coesão e a coerência na legendagem relacionam-se com a utilização apropriada da língua de chegada e com a sua aproximação com o vídeo, respetivamente. Estas duas condições são indivisíveis e qualquer falha num dos níveis, afeta o outro. Relacionam-se igualmente com a segmentação e as quebras de linha. É necessária uma análise meticulosa para que não existam falhas na coesão e na coerência após a separação. Cintas e Remael referem-se à segmentação como a divisão do diálogo ou narração em secções ou segmentos – ou seja, as legendas – de modo a que o texto de partida seja entendido pelo público (2007, p. 172). Fazer essas quebras torna-se, então, essencial, pois facilita a leitura e, conseqüentemente, a compreensão da tradução por parte do espectador.

O trabalho do tradutor, o último profissional por mencionar, é aquele com maior relevância neste relatório. A análise deste será feita nas secções abaixo, através da exposição dos problemas e das soluções encontrados ao longo do estágio.

## **3.2. Análise dos conteúdos e do público-alvo**

### **3.2.1. Os programas tratados**

Traduzir na Sintagma permitiu-me o contato com os mais diversos temas atualmente expostos no mundo televisivo nacional<sup>10</sup>. Contudo, o principal catalisador para o tema a

---

<sup>10</sup> Ver Anexo I.

explorar neste relatório foi a elaboração de vários projetos para a MTV Portugal. Ao longo do meu percurso académico na área da tradução, a tradução infantojuvenil foi sempre um tema de interesse. Ao traduzir para a MTV Portugal, esse mesmo interesse foi aumentado com o tipo de conteúdos que surgem neste canal e com os quais tive a oportunidade de lidar.

A MTV Portugal é um canal de televisão disponível na televisão por cabo que retransmite programas de entretenimento que passam na MTV UK e MTV USA, apresentando também alguns segmentos originais. Dentro do leque de programas que o canal transmite encontramos *reality shows* e notícias do mundo da televisão, cinema e música. Ao longo do meu estágio na Sintagma, elaborei mais de 50 documentos legendados para a MTV Portugal. O principal destaque, sendo que representam cerca de metade, são os clipes curtos de notícias que passam durante as pausas promocionais dos programas do canal. Estes clipes têm uma duração pouco extensa, sendo que não há um exemplo que passe dos dois minutos, e misturam diferentes meios de comunicação: usam vídeo, imagens e também texto. O principal objetivo destes vídeos é apresentar ao espectador, de forma breve, informação acerca de celebridades que se destacam não só na música, mas também na televisão e no cinema. Estes surgem em diferentes formatos: os clipes podem apresentar listas numeradas – também referidas como *top* – apoiando-se de imagens, poucos segundos de vídeos e mensagens curtas; por vezes, centram-se exclusivamente numa celebridade ou numa temática, apresentando informação de forma compacta; outras vezes, expõem atualizações das celebridades nas redes sociais Instagram ou Twitter, “partilhando”, em jeito de notícia, aquilo que terá sido previamente publicado pelos famosos.

Para além destes, os vídeos promocionais para os diferentes programas da MTV foram igualmente trabalhados em grande número. Estes clipes promocionais eram consideravelmente mais extensos do que os trabalhos acima mencionados; em média, tinham cerca de cinco a sete minutos. Todos os clipes promocionais trabalhados tinham por base episódios de *reality shows* originais da MTV. Incluíam sempre intervenções dos participantes ou protagonistas dos programas, em jeito de entrevista, e, por vezes, excertos que complementavam essas mesmas intervenções, fazendo igualmente uso de texto no ecrã. Apesar de os programas tratados serem distintos, todos os clipes promocionais seguiam uma estrutura semelhante, sendo possível dividi-los em duas categorias: aqueles em que os protagonistas comentavam certos momentos

do programa e aqueles em que respondiam a questões relacionadas com a temática do respetivo programa. Do leque de programas da MTV, foram principalmente trabalhados cinco deles: *Are You The One?*, *Ex On The Beach*, *True Love Or True Lies?*, *Jersey Shore: Family Vacation* e *Just Tattoo of Us*. A temática destes programas é bastante semelhante: todos se focam nas relações entre os participantes e episódios dramáticos que resultam das mesmas. *Are You The One?*, *Ex On The Beach* e *True Love Or True Lies?* são programas com um formato típico de *reality show*, onde há avaliações semanais, um prémio final ou a expulsão de participantes ao longo do programa. Por outro lado, *Jersey Shore: Family Vacation* documenta o reencontro de participantes de um programa anterior, *Jersey Shore*. Por último, em *Just Tattoo of Us*, participam diferentes concorrentes em cada episódio do programa. Nele, unem as relações pessoais dos concorrentes e a arte das tatuagens. Refira-se que, em todos os programas mencionados neste parágrafo, foi comum encontrar linguagem de cariz sexual e violento.

O último grupo de conteúdos trabalhado corresponde a diferentes episódios do segmento musical MTV Meets. Estes distinguem-se dos restantes por serem episódios curtos (no máximo dez minutos), em estilo documentário, acerca de artistas e bandas que são ainda pouco conhecidos no meio musical. Num mesmo episódio, partilham a história de quatro músicos ou grupos musicais. Estes episódios diferenciam-se ainda por apresentarem um monólogo do(s) artista(s) em questão, combinando diferentes imagens e clipes das suas atuações, sem recorrer à utilização de texto como meio de comunicação.

É possível, então, compreender que a MTV emite uma série de programas que se inserem nas mais diversas categorias de entretenimento, sendo que a música nem sempre é uma temática prioritária no canal que começou por transmitir exclusivamente videoclipes musicais. Atualmente, a MTV conta com dezenas de programas e séries originais que continuam o legado de *The Real World*<sup>11</sup>, cuja primeira transmissão data do início da década de 90. O sucesso de emissões deste género e a necessidade de entretenimento rápido e atual pode explicar a estreia de cada vez mais programas com características idênticas aos *reality shows* já mencionados. A solução encontrada para continuar a emitir música, foi criar outros canais MTV como são

---

<sup>11</sup> *The Real World* foi o primeiro programa original da MTV. Trata-se de um *reality show* que mostra a vida de diferentes jovens numa cidade dos Estados Unidos, onde o grupo e a cidade mudam a cada temporada. Destaca-se também por ser o programa do canal que está no ar há mais tempo, tendo estreado em 1992. Até à data, *The Real World* conta com trinta e três temporadas.

exemplo a MTV Dance, a MTV Hits ou a MTV Rock, onde passam exclusivamente videoclipes. Porém, é bastante evidente que “The Music Channel”, em qualquer ponto do mundo, é nos dias de hoje muito mais do que música.

### **3.2.2. A geração MTV**

A avaliação prévia dos públicos-alvo do texto de partida e do texto de chegada pode influenciar a tradução, e este fator torna-se talvez ainda mais relevante na tradução audiovisual. Com base numa análise aprofundada dos conteúdos a traduzir foi possível chegar à conclusão que o espectador-alvo dos programas acima referidos é maioritariamente jovem. Os ocasionais temas sexuais e violentos podem igualmente delimitar o público-alvo, sendo o grupo dos jovens com mais de 16 anos o mais provável. Newmark (1988, p. 13) realça que, para além da idade, um tradutor pode tentar definir o nível de educação, a classe social e o género se estes fatores estiverem demarcados e sempre que se revele útil para o processo da tradução. Nesse sentido, foi feita uma pesquisa de modo a encontrar dados sobre as audiências do canal. Nessa pesquisa, uma tabela<sup>12</sup> partilhada pelo sítio Media Booking, que apresenta o perfil do espectador da MTV Portugal, com dados que datam de 2016, revelou-se uma ferramenta de informação bastante útil.

O perfil de um espectador deste canal televisivo não é muito diversificado. Como antecipado, a maior percentagem do público encontra-se na faixa etária entre os 15 e os 24 anos, que inclui adolescentes e jovens adultos. Apesar de haver uma diferença percentual de cerca de 10% entre o público masculino e feminino, com este último género a dominar, este elemento da tabela mostra-se pouco relevante para a análise que se seguirá dos problemas encontrados ao traduzir para a MTV Portugal. Porém, uma outra secção na mesma tabela que poderá ter mais importância para as questões levantadas neste relatório é aquela identificada como “Status”. Esta refere-se às classes socioeconómicas às quais o público que assiste a este canal televisivo pertence. A tabela distribui os espectadores por cinco escalões diferentes – A, B, C, D e E – sendo estes equivalentes a categorias propostas para a classificação social da população em Portugal – respetivamente, A – Classe Alta, B – Classe Média Alta, C1 – Classe Média, C2 – Classe Média Baixa e D – Classe Baixa. Estas são definidas com base na

---

<sup>12</sup> Esta tabela encontra-se no Anexo VI.

capacidade económica de um agregado familiar parte da população portuguesa. Assim, ao analisar esta tabela, é notório que as classes sociais mais baixas são aquelas com uma maior percentagem de espectadores do canal.

É possível tirar algumas conclusões deste aspeto que terão relevância na resolução dos problemas tradutórios mais adiante e, certamente, numa escolha de registo para a tradução das legendas em geral. Aliar a escolaridade ao estrato social torna-se prioritário por razões históricas. As tendências negativas associadas à fraca literacia e ao estrato social mais baixo da população em geral são factos observados há séculos. Portugal não é exceção.

Aos níveis da literacia em Portugal, estão associados factores históricos e estruturais de funcionamento da própria sociedade, estreitamente relacionados com a própria estrutura das classes sociais. O tecido económico e produtivo em Portugal assenta ainda, de forma largamente predominante, em lugares profissionais de baixa qualificação. (...) Meios familiares de origem extremamente carenciados de habilitações literárias, modos de vida quotidiana pobres em práticas de literacia e insuficiente expansão do sistema de ensino, são razões que convergem na produção dos fracos níveis de literacia encontrados na sociedade portuguesa. (Nunes, 2008, p. 27)

Apesar de o teor dos programas tratados não ser complexo por natureza, ter em atenção a idade e a classe social do público-alvo levou à prática de uma tradução que tentou ser prioritariamente compreensível e adaptada às tendências jovens em Portugal, sem descurar a mensagem do texto de partida.

### **3.3. Problemas tradutórios**

O tema central deste relatório tem como enfoque a tradução da linguagem da Internet, da qual foram encontrados inúmeros exemplos ao legendar durante o estágio, e em particular para o canal televisivo e programas acima descritos. É importante distinguir a problemática que surge com a existência de linguagem da Internet num qualquer texto de partida, independentemente do seu formato, das dificuldades que surgem ao traduzir palavras tabu, palavrões, interjeições, ou outras variantes. Enquanto não faltam estudos e indicações de apoio

no que toca à tradução de calão – que, não obstante, se mostraram bastante informativos e cruciais para o desenvolvimento deste relatório –, o mesmo não se verifica ao nível da tradução da linguagem da Internet. Das possíveis justificações para isto, a mais marcante é o facto de ser uma área ainda pouco explorada a nível académico. Como Crystal indica, este tema não existe “[...] in such a recognized form that it appears routinely as a course in university syllabuses or as a chapter in anthologies of linguistics” (2011, p. 6). Assim, se muito pouco material académico existe acerca do tema base, é de esperar que menos se encontre acerca de um subtema do tópico<sup>13</sup>.

Deste modo, a fundamentação para a resolução dos problemas levantados no subcapítulo que se segue será elaborada através de uma combinação do material publicado acerca de tradução em geral com o suporte das publicações na área dos estudos da Internet e da linguística.

### **3.3.1. Exposição dos problemas e soluções**

Apesar de todas as problemáticas encontradas e exploradas partirem de dificuldades relacionadas com a linguagem da Internet é possível subdividi-las em diferentes categorias: problemas essencialmente semânticos, problemas associados ao contexto em que a expressão surge e, por fim, problemas que englobam as siglas, abreviaturas e acrónimos<sup>14</sup>.

Os problemas essencialmente semânticos encontrados distinguem-se por serem variantes de expressões e palavras já existentes na língua inglesa que ganham uma nova camada semântica principalmente explorada e naturalizada na Internet. Este é o grupo onde se inserem a maior parte dos problemas tradutórios encontrados ao longo do estágio. Estes surgiram durante a tradução de diferentes programas, porém, devido à natureza dos mesmos, não será necessária uma contextualização extensa de cada um para a sua análise e consequente resolução. A tabela abaixo mostra a compilação desses problemas.

---

<sup>13</sup> De notar que a abordagem académica da tradução da linguagem da Internet é, até à data, praticamente inexistente.

<sup>14</sup> A informação completa sobre as siglas, abreviaturas, acrónimos, ou outras expressões mencionadas neste subcapítulo e entendidas como problemáticas encontra-se no Anexo VII, apresentada por ordem alfabética.

Texto de partida	Vídeo onde surgiu
Here are seven times Normani <b>snatched our wig</b> with her moves.	Clipe de notícias acerca de uma celebridade
Fingers crossed <b>Queen</b> Ari will make an appearance to perform their collab, ‘Dance To This’.	Clipe de notícias acerca de uma celebridade
Not only are Nicki and Ariana the queens of making <b>bops</b> ... They also have an adorable friendship!	Clipe de notícias acerca de celebridades
The <b>bromance</b> of your dreams is actually a reality!	Clipe de notícias acerca de celebridades
Biggest social media <b>fail</b> ?	Vídeos promocionais de <i>Ex On The Beach</i>

Numa primeira coluna da tabela, encontra-se a frase do texto de partida, onde a expressão problemática é apresentada em negrito. A segunda coluna indica o vídeo onde o problema surgiu.

Na sua maioria, os problemas foram encontrados na forma de uma só palavra, com a exceção de um dos exemplos apresentados acima. A expressão “wig snatching” entrou no sítio *Urban Dictionary*, pela primeira vez em 2013. Então, o termo significava revelar publicamente, de forma rude e frontal, os atos condenáveis de alguém. Porém, é notório que o significado da expressão no contexto apresentado na tabela não se relaciona com o significado de 2013. Entradas mais recentes no mesmo dicionário relevam que uma nova camada semântica da mesma expressão adquiriu mais relevância nos últimos dois anos. A par com as entradas mais recentes no *Urban Dictionary*, o site *Know Your Meme* indica que a expressão (e outras variantes da mesma como “wig”, “weave snatched”, “weave flew” ou “snatched bald”) são

principalmente usadas como resposta positiva a atividades de celebridades por parte dos seus fãs. A expressão com este sentido ganhou popularidade na rede social *Twitter*.

Com um significado igualmente positivo e uso semelhante surge a expressão “queen”. Dicionários comuns descrevem a palavra “queen” como o termo usado para alguém que tem um dos principais lugares da realeza. Sabemos que este significado restrito não pode ser considerado no exemplo apresentado porque a pessoa a quem a frase se refere não é, de facto, uma rainha. Assim, uma entrada de 2017 em *Urban Dictionary* define “queen” como alguém do sexo feminino que tem todas as características necessárias para ser idolatrada.

A mesma expressão é repetida no exemplo seguinte, porém o mais relevante nessa frase é o termo “bop”. Este é mais um exemplo de uma palavra que ganhou um novo significado que foi naturalizado na Internet, e, em particular, nas redes sociais. “Bop” é uma abreviatura da palavra “bebop”. Esta última surgiu pela primeira vez na década de 40 e refere-se a um tipo de música *jazz* que começou a ser tocada por pequenos grupos na época. No entanto, a partir de 2017, a nova variante da palavra ganhou popularidade nas redes sociais, mais uma vez através do uso da mesma como reação dos fãs à música de diferentes artistas. Neste contexto, a palavra significa simplesmente que a canção a que se referem é agradável.

O exemplo seguinte – “bromance” – é a transformação de uma palavra já existente na língua inglesa. A palavra “romance”, em português romance, é usada para descrever uma relação romântica entre duas pessoas. No entanto, ao adicionar como prefixo o morfema ‘b’, a palavra passa a referir-se à relação de dois “bros” – abreviatura de “brothers” (irmãos). É uma forma inteligente e divertida de criar neologismos e dar-lhes uma nova ramificação de sentido, como é este exemplo. A origem da expressão é desconhecida, mas é bastante usada no meio virtual, sendo que os primeiros registos da expressão datam de 2011, segundo *Know Your Meme*.

Por último, “fail” é um dos exemplos mais interessantes. Apesar de a palavra ser maioritariamente usada em inglês como um verbo (falhar), o termo aliado ao exemplo em questão refere-se ao uso de “fail” como substantivo, cujo significado foi submetido em *Know*

*Your Meme*: na página indicam que a palavra ganhou popularidade no início dos anos 2000 na Internet, onde surgia grafada em imagens ou pequenos cliques de vídeo que revelavam uma situação com consequências infelizes e que é, então, usada para apontar o erro ou falha de alguém. O uso de “fail” generalizou-se desde então, sendo frequentemente aliado a compilações de vídeos com características semelhantes às referidas. A MTV transmite também vários programas cujo conteúdo é composto por vídeos de “fails”.

A análise dos diferentes problemas mostrou-se decisiva para as escolhas tomadas durante a tradução. A verdade é que esta rede semântica dos diferentes termos lexicais não se apresenta da mesma forma em português. Em geral, a intenção nestes casos foi sempre fazer uma tradução fiel<sup>15</sup>, porém foi também necessário recorrer a momentos de adaptação ou não tradução quando não foi encontrada uma forma clara de traduzir estas expressões tão próprias, mantendo a originalidade e relevância como parte da linguagem da Internet das mesmas na língua de chegada. Newmark salienta que ao traduzir é sempre importante ter em conta o nível de naturalidade que o texto de chegada apresenta (1988, p. 24-25). Com isto em mente, e como o autor sugere, uma das principais condições depois de traduzir as expressões assinaladas foi pensar “Um jovem português que vê este canal diria isto? Será que escreveria isto?”, o que se provou crucial em decisões de última instância.

Assim sendo, abaixo encontram-se as opções tomadas na resolução dos problemas assinalados previamente. A primeira coluna da tabela contém o texto de partida, enquanto a segunda tem o mesmo segmento no texto de chegada.

Texto de partida	Texto de chegada
Here are seven times Normani <b>snatched our wig</b> with her moves.	Aqui estão sete vezes em que a Normani <b>nos impressionou</b> com os seus passos.

---

<sup>15</sup> Newmark define tradução fiel como o método que tenta reproduzir o significado contextual do texto de partida dentro das restrições que a língua de chegada apresenta (1988, p. 46).

Fingers crossed <b>queen</b> Ari will make an appearance to perform their collab, ‘Dance To This’.	Fazemos figas para que a <b>rainha</b> Ari apareça para cantar o dueto “Dance To This”.
Not only are Nicki and Ariana the queens of making <b>bops</b> ... They also have an adorable friendship!	Nicki e Ariana não são apenas as rainhas de fazer <b>boa música</b> . Também têm uma amizade adorável!
The <b>bromance</b> of your dreams is actually a reality!	O “ <b>bromance</b> ” dos vossos sonhos é real!
Biggest social media <b>fail</b> ?	Maior “ <b>fail</b> ” nas redes sociais?

O que mais pesou na decisão da tradução literal de um dos termos e não-tradução de dois, enquanto os restantes sofreram uma adaptação, foi a possível familiaridade com as primeiras expressões por parte do público-alvo. Um jovem reconhece que a Ariana Grande não é realmente um membro da realeza e consegue associar o termo “rainha” a um elogio positivo ao seu talento e personalidade como artista feminina. Já a menção da palavra “fail” em diferentes programas, incluindo alguns transmitidos no canal em questão, indica que existe uma familiaridade com o termo em inglês. O termo “bromance”, no contexto em que se insere, não cria dificuldades na compreensão do seu significado visto que surge num clipe onde tratam a relação próxima de duas celebridades do género masculino. De igual modo, o facto de ambas as expressões serem utilizadas com frequência na Internet, respetivamente desde 2003 e 2011, leva a crer que esta não será a primeira vez que o espectador terá contacto com as mesmas.

No entanto, as restantes expressões, se traduzidas de forma literal, ou não traduzidas de todo, criariam um nível de estranheza que entraria em conflito com o nível de naturalidade mencionado acima. Assim, optar por uma alternativa que vá ao encontro do significado das expressões polissémicas no contexto em que se apresentam foi a solução.

A categoria de problemas que se segue engloba questões associadas ao contexto em que as expressões são usadas. Todas as palavras assinaladas na primeira coluna da tabela abaixo destacam-se por terem aparecido pela primeira vez num contexto de Internet.

Texto de partida	Vídeo onde surgiu
You have to <b>be subscribed</b> to the Dolan Twins.	Clipe de notícias acerca de celebridades
Or hanging out with their fellow <b>sister</b> , James Charles.	Clipe de notícias acerca de celebridades
Hi, <b>Sisters!</b> For today's video I am filming with my <b>sister squad</b> .	Clipe de notícias acerca de celebridades
Whether they are doing a <b>Mukbang</b> ...	Clipe de notícias acerca de celebridades
We were <b>DMing</b> super <u>flirtsy</u> back and forth.	Clipe de notícias acerca de celebridades

O primeiro exemplo refere-se a um termo usado no universo YouTube equivalente a “follow” ou “seguir” em redes sociais como o Twitter ou o Instagram. Quando alguém “subscribes” um canal no YouTube, a pessoa ganha acesso à atividade desse canal.

Os dois exemplos seguintes relacionam-se também com o YouTube, porém a um nível muito mais específico e, conseqüentemente, mais problemático. James Charles é um utilizador do YouTube cujo canal conta com perto de catorze milhões de subscritores. Estes números comprovam a sua popularidade. “Sister” é uma expressão característica no discurso de James Charles: usa o termo para se referir de forma carinhosa a outras pessoas e, de forma ocasional, antecedendo outras palavras que começam pela letra “s”, criando aliteração, como é exemplo “sister squad”. A expressão tem, então, uma natureza muito particular, a qual exigiu alguma ponderação.

O terceiro problema, “Mukbang”, é uma palavra de origem coreana, “먹방”, apresentada em transliteração. Como acontece com muitas palavras de origem coreana, esta expressão resulta da junção de duas partes de palavras do léxico comum para significar algo novo. Assim, “먹” significa comer e “방” é parte da expressão “방송” que significa transmissão. Por esta composição entende-se literalmente “transmissão de comida”. O termo ganhou popularidade na Coreia do Sul entre 2009 e 2010 para designar vídeos que mostram pessoas a comer grandes quantidades de comida e que eram partilhados exclusivamente na Internet. Desde então, “mukbang” é um dos principais tipos de vídeo encontrados no YouTube.

Por último, “DMing” é um exemplo igualmente interessante. Na sua base, está uma sigla, DM. Esta significa “direct message” e é a principal funcionalidade que todas as redes sociais têm em comum: é através das mensagens diretas que os utilizadores das redes sociais podem comunicar entre si. A expressão, que foi encurtada para sigla, foi então transformada em verbo, sofrendo estas alterações através do uso na Internet. O conteúdo das mensagens “diretas” está limitado aos intervenientes, mas, no exemplo apresentado, surgem ainda as características das mesmas como “(super) flirty”, estando o último termo sublinhado. A transformação de um verbo num advérbio ou num adjetivo é comum no meio da Internet, assim como noutros meios, e a agramaticalidade é ultrapassada quando há uma compreensão geral do termo. A semelhança do termo “flirsty” com o adjetivo “flirty” – já de si uma transformação de “flirt” em “flirty”, reconhecida só em alguns dicionários, sendo que a forma normativa é “flirtatious” – torna possível a sua compreensão na frase. “Flirty” indica uma atração sensual/sexual com uma dimensão atrevida/divertida, enquanto que “flirsty”, sendo uma junção de “flirt” com “thirsty”, implica a existência mais séria de uma atração sexual.

Estes problemas têm características definitivamente mais complexas que os apresentados anteriormente. Enquanto a intenção de fazer uma tradução o mais adequada possível não é posta em segundo plano, a verdade é que a não tradução ganha maior peso nas decisões tomadas quanto às questões acima descritas. Encontram-se, abaixo, as opções de tradução escolhidas.

Texto de partida	Texto de chegada
You have to <b>be subscribed</b> to the Dolan Twins.	Têm de <b>subscriver</b> o canal dos gémeos Dolan.
Or hanging out with their fellow <b>sister</b> , James Charles.	Ou a passar tempo com <b>sister</b> James Charles.
Hi, <b>Sisters!</b> For today's video I am filming with my <b>sister squad</b> .	Olá, <b>Sisters!</b> Hoje estou a fazer um vídeo com o meu <b>esquadrão de sisters</b> .
Whether they are doing a <b>Mukbang</b> ...	Quer estejam a fazer um “ <b>Mukbang</b> ”...
We were <b>DMing</b> super <u>flirtsy</u> back and forth.	Trocámos muitas <b>mensagens super privadas</b> .

A popularidade do YouTube facilitou a tradução do primeiro termo. Após uma curta e rápida pesquisa, foi possível confirmar que a página em português do YouTube traduz o termo “subscribe” por “subscriver”. Para manter consistência e ser exata quanto à terminologia, usar a tradução já estabelecida no meio resultou de forma positiva neste caso em particular. Na mesma linha de raciocínio, a decisão de manter o termo “Mukbang” no texto de chegada pareceu a opção mais acertada. Foram duas particularidades do termo que levaram à não tradução. A primeira relaciona-se com a origem do termo. O facto de a expressão coreana ser utilizada em transliteração, entre palavras inglesas, indica que não houve uma tentativa de traduzir o mesmo no texto de partida. A possível razão para tal é também a segunda particularidade: este é o nome que tem vindo a ser adotado na comunidade virtual desde há cerca de dez anos para designar um tipo particular de vídeos na Internet. Assim, “mukbang” não é apenas uma transmissão de vídeos de comida, mas sim um género de vídeos, cuja designação não tem necessariamente que ter uma tradução.

O caso do termo “sister”, porém, não se provou tão simples. Em discussão com quem fez a revisão deste trabalho, houve argumentos a favor e contra a não tradução do termo, sendo esta última a decisão final. Por um lado, enquanto termos gerais associados ao sítio, como subscriver, podem ser facilmente entendidos pelo público-alvo, o mesmo não é possível dizer

sobre o modo de falar característico de um utilizador do YouTube, sítio que conta com perto de dois bilhões de utilizadores ativos, segundo um estudo elaborado pela empresa de marketing Omnicore<sup>16</sup> com dados de 2018. Foi o número também alargado de utilizadores que estão neste momento subscritos ao canal de James Charles e o facto de o clipe em questão ser de um vídeo partilhado no canal do artista que pesou na não tradução de “sister”. Contudo, ao traduzir o termo “sister squad” por “esquadrão de sisters”, tentou-se eliminar uma maior estranheza, clarificando o sentido do segundo termo do texto de partida. Uma infeliz consequência disso foi a perda da aliteração típica do discurso de James Charles.

Por último, “DMing”, que surge numa fala de uma das celebridades, foi traduzido por “mensagens super privadas”, eliminando a transformação inicial da sigla em verbo. Nas redes sociais, a funcionalidade a que o termo se refere surge traduzida como mensagens “diretas” ou mensagens “pessoais”, sendo as siglas MD ou MP menos populares. Assim, proceder a uma transformação semelhante no texto de chegada não pareceu a melhor opção. Tendo em conta a frase onde a expressão surge – “We were DMing super flirtsy back and forth.” – e o vídeo em questão – um cantor está a dar uma entrevista e é questionado acerca da sua relação com um outro artista do sexo masculino do mesmo ramo – é possível admitir uma proximidade entre os dois e o cariz já referido de “flirtsy”. O uso da expressão “super privadas” em vez de “super diretas” ou “super pessoais” para descrever as mensagens trocadas pelos dois, consegue enquadrar o sentido expresso de forma subtil, mas inequivocamente presente.

Por último, seguem-se os problemas com siglas, acrónimos e abreviaturas. Abaixo, encontram-se esses mesmos problemas realçados a negrito na primeira coluna.

<b>Texto de partida</b>	<b>Vídeo onde surgiu</b>
<b>IDGAF!</b>	Clipe de notícias acerca de uma celebridade
A cosy <b>AF</b> living area...	Clipe de notícias acerca de celebridades

<sup>16</sup> Omnicore é uma empresa de marketing fundada em 2008 e sediada nos Estados Unidos. Especializam-se em todas as facetas do marketing digital. Este estudo em particular foi publicado pelo CEO da empresa, Salman Aslam, a 6 de janeiro de 2019: “YouTube by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts”.

While they may not all be <b>BFFs</b> onscreen...	Clipe de notícias acerca de celebridades
Halsey + Lauren <b>4ever</b> .	Clipe de notícias acerca de celebridades
Maybe a <b>collab</b> in the near future?!	Clipe de notícias acerca de celebridades
Hopefully some cameos from some of your <b>faves!</b>	Clipe de notícias acerca de uma celebridade

Estes problemas foram particularmente complexos porque em português não existe uma tendência para abreviar ou transformar em siglas ou acrónimos expressões diretamente equivalentes àquelas que sofrem essas alterações em inglês.

Os primeiros três exemplos são siglas ou acrónimos. Umas mais extensas e com um significado mais codificado do que outras, porém todas são sobretudo usadas na Internet. “IDGAF”<sup>17</sup> corresponde então à primeira letra de cada palavra na expressão “I don’t give a fuck” e a primeira entrada desta sigla no site *Urban Dictionary* data de 2003. A sigla “AF” significa “as fuck” e é frequentemente usada em substituição dos advérbios “very” ou “really”. Enquanto as primeiras entradas deste termo apareceram em 2011 e *Know Your Meme* indica que o mesmo tem origem na música *rap* do final dos anos 80 e início dos anos 90, foi na segunda metade da década de 2010 que o termo ganhou maior popularidade nas redes sociais, em particular no Twitter<sup>18</sup>. Já “BFF” é uma das siglas mais antigas e reconhecidas. Em 2001, foi partilhada a primeira entrada com a respetiva definição no *Urban Dictionary*. Nessa entrada, surge apenas a descrição dos termos que formam a sigla, “best friends forever”, e a frase exemplo “KIT!!! stay cool and don’t skip school!! sincerely, Britney. PS: BFF!”. A popularidade desta expressão vem da geração anterior à da linguagem da Internet, que adotou também o termo como parte do seu vocabulário.

<sup>17</sup> O termo IDGAF, de acordo com as normas do português, pode ser entendido como uma sigla ou acrónimo, dependendo da forma como é pronunciado. É considerado uma sigla quando se soletram as letras ou um acrónimo quando a combinação de letras é lida.

<sup>18</sup> Segundo Elise Moreu, no seu artigo “AF Meaning: What It Stands for on Social Media” publicado em 2019 no sítio *Lifewire*, salienta que a abreviatura tem vindo a ser usado com maior frequência e que é possível fazer uma breve pesquisa no Twitter para encontrá-lo em uso nos mais diversos contextos, como por exemplo em “I’m bored af.” ou “That pizza is tasty af.”.

O exemplo que se segue merece destaque por se tratar de uma forma complexa de analisar. A codificação do termo “forever” (em português, para sempre) em “4 (four/for) ever” data da década de 90, quando as mensagens de texto por telemóvel eram o principal meio de comunicação. Desde então, o termo continua a ser usado, também entre utilizadores no meio virtual. Atualmente, podemos encontrar diferentes grafias da expressão igualmente populares, como “4eva” ou “4evah”, onde a dimensão fonética continua a ser a base das codificações.

Por fim, abreviaturas como “collab” de “collaboration” (em português, colaboração) ou “faves” de “favourites” (em português, favoritos) foram frequentemente encontradas. Estes foram apenas dois exemplos de diversos em que as versões encurtadas destas palavras em particular surgiram. Música era a principal temática dos vídeos onde estas expressões apareceram com mais frequência.

Analisados os problemas, seguem-se as opções tradutórias, indicadas na segunda coluna.

<b>Texto de partida</b>	<b>Texto de chegada</b>
<b>IDGAF!</b>	<b>IDGAF!</b>
A cosy <b>AF</b> living area...	Uma sala de estar <b>muito</b> acolhedora...
While they may not all be <b>BFFs</b> onscreen...	Podem não ser os <b>melhores amigos</b> na série...
Halsey + Lauren <b>4ever</b> .	Halsey e Lauren <b>para sempre</b> .
Maybe a <b>collab</b> in the near future?!	Talvez uma <b>colaboração</b> em breve?
Hopefully some cameos from some of your <b>faves!</b>	Com sorte, a presença de alguns dos teus <b>artistas preferidos!</b>

O primeiro problema salientado, foi a principal questão que levou à decisão de explorar este tema no relatório de estágio. A verdade é que a tradução deste termo gerou diferentes opiniões durante a fase de tradução e, mais tarde, de revisão. É necessário dar algum contexto para chegar à conclusão apresentada. O clipe onde esta expressão surge falava da atividade da cantora britânica Dua Lipa na rede social Instagram. O vídeo mostrava uma sequência de imagens e comentava de forma curta cada uma, sendo que “IDGAF!” aparece no texto de partida como um comentário a uma das fotografias. À primeira vista, a melhor solução pareceu ser traduzir o termo por uma expressão de valor equivalente em português. Num momento de revisão, uma das sugestões foi o uso do termo “Caguei!”. A mensagem que a tradução em português transmite seria percebida pelo público-alvo anteriormente descrito. Depois de alguma pesquisa, porém, um outro aspeto veio complicar a tradução em português: a artista lançou um single intitulado “IDGAF”, em 12 de janeiro de 2018. Assim sendo, o uso do termo na situação apresentada teria outras implicações e, certamente, uma referência à canção. Este aspeto e o facto de a MTV continuar a ser um canal associado à música, com espectadores que se interessam por essa área de entretenimento em particular, influenciou a decisão de não traduzir o termo.

Já as siglas seguintes – “AF” e “BFFs” – não necessitam de mais informação contextual para chegar à justificação da escolha tomada no texto de chegada. Não há um neologismo externo (palavra nova de formação exterior à língua) adequado que esteja suficientemente naturalizado nas comunidades virtuais em português passível de ser usado da mesma forma. Apesar da possível familiaridade com as duas siglas em inglês por parte dos jovens que constituem o público principal do canal, a opção foi a tradução dos termos que as siglas simbolizam, ou seja, “muito” e “melhores amigos”, respetivamente. Da mesma forma, as abreviaturas – “collab” e “faves” – foram traduzidas na sua forma integral no texto de chegada por não existir uma abreviatura para “colaboração” e “favoritos” (ou “preferidos”) que seja frequentemente usada e aceite na língua portuguesa. Por último, também “4ever” sofreu uma transformação semelhante quando traduzido por não haver um termo codificado de valor equivalente em português. Apesar de tudo, este talvez seja o termo que, se se apresentasse não traduzido, provocaria menos estranheza no texto de chegada por ser uma das expressões

codificadas em inglês mais populares mundialmente. É inequivocamente reconhecida e usada pelo público português<sup>19</sup>.

Para além dos problemas acima tratados, houve um número de pequenas questões que foram examinadas durante o estágio. Com a influência das redes sociais, particularmente nos cliques de notícias que continham texto no ecrã, por vezes surgiram descrições de fotografias postadas no Instagram ou *tweets* partilhados no Twitter que precisaram de ser traduzidos. O uso do símbolo cardinal seguido de um termo, ou, como são reconhecidos no meio virtual, os *hashtags*, bem como o uso de arroba, ou @, seguido do nome do utilizador da rede social a quem o remetente se pretende dirigir, são particularidades da comunicação através de diferentes plataformas na Internet que tiveram de ser mantidas na tradução do texto de partida.

Por fim, é relevante relembrar que todos estes trabalhos tinham prazos bastante apertados, sendo que em nenhum caso o prazo de entrega das traduções revistas se estendeu para mais de dois dias de trabalho. O tempo de trabalho foi um fator de extrema relevância nas traduções realizadas, implicando uma pesquisa intensiva, mas algo comprometida pelos prazos limitados, das questões mais problemáticas e uma tomada de decisões obrigatoriamente mais assertiva. Também os parâmetros de legendagem requeridos pelo cliente em questão, apresentados no início deste capítulo, influenciaram as traduções apresentadas, limitando, em certos casos, a escolha de outras alternativas.

### **3.3.2. Traduzir ou não traduzir**

Ao longo da análise dos problemas referidos anteriormente, mais do que questionar como traduzir, decidir se o termo deve ser traduzido ou não foi o principal tema de discussão. Ao longo da última secção, foram explicados exemplos particulares, o processo de pesquisa acerca do termo problemático no texto de partida e a justificação da tradução ou não tradução,

---

<sup>19</sup> Através de uma breve pesquisa no motor de busca Google, limitando a pesquisa a páginas de Portugal e em português, encontram-se variados negócios com esta expressão no nome, como bares e empresas de imobiliário. Também é possível encontrar o termo na Internet em artigos (como “Bruno 4ever: uma crónica de tweets, posts, facepalm e de culpa (por Um Azar do Kralj)” partilhado no sítio Tribuna Expresso em 2018), diversos *blogs* (como “4ever Sapo”, um *blog* na plataforma SAPO criado em 2014) e grupos comunitários nas diversas redes sociais (como “Grupo 4Ever √”, um grupo no Facebook com mais de nove mil membros, criado em 2017).

tendo em conta a descrição do cliente e do público-alvo dos vídeos tratados. No entanto, uma questão que surgiu ao longo deste trabalho de análise relaciona-se com perceber se pode existir uma regra geral no que toca à tradução de linguagem da Internet.

Com as diferentes categorias de exemplos de linguagem da Internet e os resultados conseguidos, é entendido que cada caso pode ter ou não uma tradução, especialmente quando temos em consideração um público-alvo e um cliente em particular. Enquanto o objetivo da tradução é de facto traduzir um texto de partida de uma língua para outra, é importante ter em conta que a ideia de uma tradução perfeita é inatingível. No prefácio da obra de Barbara Cassin, *Dictionary of Untranslatables*, Emily Apter salienta:

Nothing is exactly the same in one language as in another, so the failure of translation is always necessary and absolute. Apart from its neglect of the fact that some pretty good equivalencies are available, this proposition rests on a mystification, on a dream of perfection we cannot even want, let alone have. If there were a perfect equivalence from language to language, the result would not be translation; it would be a replica. (2004, p. 14)

Parece evidente que aceitar a existência de diferentes línguas e, dentro dessas, diferentes formas de comunicar que são complexas e com características particulares – entre as quais podemos inserir a linguagem da Internet –, é um primeiro passo para considerar a não tradução como uma escolha que continua a permitir a experiência de leitura e compreensão do texto de partida por parte público de chegada, mantendo uma ligação ao texto de partida e não como uma falha do tradutor. Apter descreve o sentimento do tradutor ao ponderar o resultado de uma tradução de um termo, semelhante àqueles que levantaram problemas e foram anteriormente avaliados, através de uma comparação: “[...] the poverty of the result is too distressing, makes us miss the first language as we miss a friend or a child.” (2004, p. 14). Este sentimento entra em conflito com a sensação de culpa e impotência por não se conseguir solucionar um problema tradutório com uma tradução e é certo que, por vezes, a perturbação que o resultado pobre da tradução causa pesa mais na consciência do tradutor.

No domínio da tradução da linguagem da Internet, ao serem estabelecidas as idiossincrasias do texto de partida e das expressões que parecem não ter uma tradução adequada

que lhes faça justiça, é talvez mais eficaz categorizar quais são os problemas que parecem ser mais difíceis de solucionar com uma tradução para a língua de chegada. De forma geral, os problemas que levaram à não tradução foram expressões particulares e abreviaturas associadas a um contexto do qual não se podem separar. Nestes casos, essa separação implicaria a perda de uma das camadas de significado que essas palavras comportam, como são exemplo a sigla “IDGAF” ou a palavra “sister”, anteriormente analisados.

Por outro lado, algumas siglas, acrónimos, abreviaturas e mesmo expressões, neste caso em inglês e usadas no meio virtual, não são estranhas ao público português e, em particular, àqueles que usam a linguagem da Internet. Em casos semelhantes, oferecer ao espectador ou leitor um texto que conta com algumas expressões que não são características da língua de chegada, mas que não causam estranheza, pode resultar numa (não) tradução mais apropriada. Enquanto as condições não comprometerem a utilização das expressões do texto de partida – condições essas que podem ser o conhecimento e o nível de conforto com a terminologia por parte do público de chegada, os parâmetros do cliente, o tipo de texto e a consistência na tradução –, considerar não traduzir pode também ser uma opção.

Em suma, a pesquisa e análise de dados encontrados acerca da origem e uso dos termos problemáticos nos sistemas de partida e de chegada, bem como a leitura e compreensão do texto de partida na íntegra e das suas implicações para o sistema de chegada, são passos dados pelo tradutor que pesarão na decisão final tomada. Apesar de todas as particularidades que cada problema tradutório que envolve linguagem da Internet possa apresentar, é importante considerar ambas as opções, traduzir ou não traduzir, de forma igual.

## Conclusão

O trabalho na empresa Sintagma e a elaboração deste relatório tornaram possível aliar um interesse pessoal com o trabalho profissional de um tradutor. A Internet tem vindo a ganhar cada vez mais terreno entre os jovens e adultos desta geração. É indiscutível afirmar que a era digital tem um tremendo impacto nas mais diversas áreas. Por essa razão, quando a problemática explorada neste relatório surgiu num contexto profissional e prático, a necessidade de expor a questão da linguagem da Internet e da sua tradução foi óbvia.

Os utilizadores de uma qualquer língua são inovadores sem ter consciência disso. O número de novas expressões, acrónimos, siglas e abreviaturas e a velocidade com que surgem na Internet nos dias de hoje é quase avassaladora. Com o aparecimento frequente de novas tendências, um termo característico da linguagem da Internet pode ser considerado ultrapassado rapidamente. A era digital trouxe, com todas as suas facilidades, o fator rapidez. A rapidez permite partilhar e encontrar informação, apreender informação e, conseqüentemente, substituir essa informação por qualquer outra mais atual de forma muito rápida. A comunicação é fortemente influenciada por esta consequência da era digital, e, ao mesmo tempo, a era digital desenvolve-se devido à comunicação formando um ciclo de criação ininterrupto.

Encontrar elementos da linguagem da Internet em programas televisivos de um sistema de partida e trazê-los para um diferente sistema de chegada, como nos casos estudados, foi um desafio. Ao expor os problemas que se incluem nas categorias salientadas neste relatório – as diferentes variantes semânticas de expressões que já existem no vocabulário comum, as expressões que surgiram pela primeira vez num contexto de Internet e aquelas que fazem uso de acrónimos, siglas e abreviaturas – e ao analisar os mesmos, partindo da origem destas expressões e tendo, também, em conta o impacto das mesmas nos diferentes sistemas, pretendi salientar estes impasses e aludir às suas possíveis resoluções.

Do mesmo modo, foi importante tentar desmistificar a ideia de que “tudo deve ser traduzido”. Há bilhões de utilizadores de todo o mundo que comunicam entre si nas redes

sociais e sabemos que existe transferência de termos, acrónimos, siglas e abreviaturas de linguagem da Internet de umas línguas para outras. O título deste relatório é precisamente uma referência à extensão alargada e crescente da linguagem da Internet: de AF – sigla tratada acima – a ZUP – uma das várias abreviaturas da expressão inglesa “what’s up” que se tornaram populares no meio virtual, sendo que esta é claramente influenciada pela fonética – pretende mostrar que a quantidade de expressões de linguagem da Internet é, de facto, incalculável. Cada vez mais, estes termos penetram noutras áreas para além da Internet e, conseqüentemente, chegam a mais pessoas. Tendo isto em consideração, foi relevante perceber quando a tradução da linguagem da Internet é, de facto, pertinente e se essa opção pode limitar a experiência do espectador ou leitor.

Por fim, é importante salientar que estas dificuldades, que surgiram num contexto audiovisual, não estão limitadas a esse meio de tradução. Apesar de as considerações aqui apresentadas terem sido condicionadas pelas características da legendagem, são igualmente válidas para a tradução da linguagem da Internet noutros meios. Ao investigar diferentes abordagens linguísticas atuais que se especializam na linguagem na Internet, aprender com uma equipa especializada em tradução audiovisual e ter o apoio de alguém com experiência e conhecimento na área da tradução durante a redação deste relatório, foi possível registar a complexidade destas áreas. Mas, acima de tudo, espero que este seja um ponto de partida para um maior interesse e investigação futura sobre a tradução da linguagem da Internet.

## **Bibliografia**

Díaz-Cintas, Jorge, e Aline Remael. 2007. *Audiovisual Translation*. Manchester, UK: St. Jerome Pub.

Cassin, Barbara. 2014. *Dictionary of Untranslatables*. New Jersey: Princeton University Press.

Crystal, David. 2011. *Internet Linguistics: A Student Guide*. New York: Routledge.

Crystal, David. 2006. *Language and the Internet*. New York: Cambridge University Press.

McIntyre, Karel. “The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites”. *The Journal of Social Media in Society* 3 (2014): 5-25.

Newmark, Peter. 1988. *A Textbook of Translation*. Hertfordshire: Prentice Hall.

Nunes, Nuno. 2008. “A sociologia das classes sociais na investigação sociológica em Portugal” Comunicação apresentada em *VI Congresso Português de Sociologia: Mundos Sociais: Saberes e Práticas*, Lisboa, Portugal. 25-28 de junho de 2008. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/720>

## **Webgrafia**

“As Fuck (AF)”. Know Your Meme. Acedido a 20 de março de 2019. <https://knowyourmeme.com/memes/as-fuck-af>

Aslam, Salman. 2019. "YouTube by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts". Omnicore. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/>

"Bebop". Jazz Bossa. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.jazzbossa.com/introducao-ao-jazz/bebop/>

"BFF". Urban Dictionary. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=BFF>

"Bromance". Know Your Meme. Acedido a 20 de março de 2019. <https://knowyourmeme.com/memes/bromance>

"IDGAF". Urban Dictionary. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=idgaf>

"Internet World Users by Language: Top 10 Languages". 2018. Internet World Stats. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

"Fail / Epic Fail". Know Your Meme. Acedido a 20 de março de 2019. <https://knowyourmeme.com/memes/fail-epic-fail>

McCulloch, Gretchen. 2015. "Wired Style: A Linguist Explains Vintage Internet Slang". The Toast. Acedido a 20 de março de 2019. <http://the-toast.net/2015/08/26/wired-style-a-linguist-explains-vintage-internet-slang/>

Moreu, Elise. 2019. "AF Meaning: What It Stands for on Social Media". Lifewire. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.lifewire.com/af-meaning-used-in-social-media-3485956>

“MTV Portugal” Media Booking. Acedido a 20 de março de 2019.  
<http://www.mediabooking.pt/guia-dos-media/tv/musica/publicidade-mtv-portugal>

“Queen”. Urban Dictionary. Acedido a 20 de março de 2019.  
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Queen>

“Top 20 Countries with the Highest Number of Internet Users”. 2018. Internet World Stats. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>

“Wig”. Know Your Meme. Acedido a 20 de março de 2019.  
<https://knowyourmeme.com/memes/wig>

“Wig Snatching”. Urban Dictionary. Acedido a 20 de março de 2019.  
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Wig%20Snatching>

“5.3 Milhões de Portugueses Usam Redes Sociais”. 2018. Marktest. Acedido a 20 de março de 2019. <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2429.aspx>

## **Anexos**

## Anexo I

### Trabalhos realizados durante o estágio

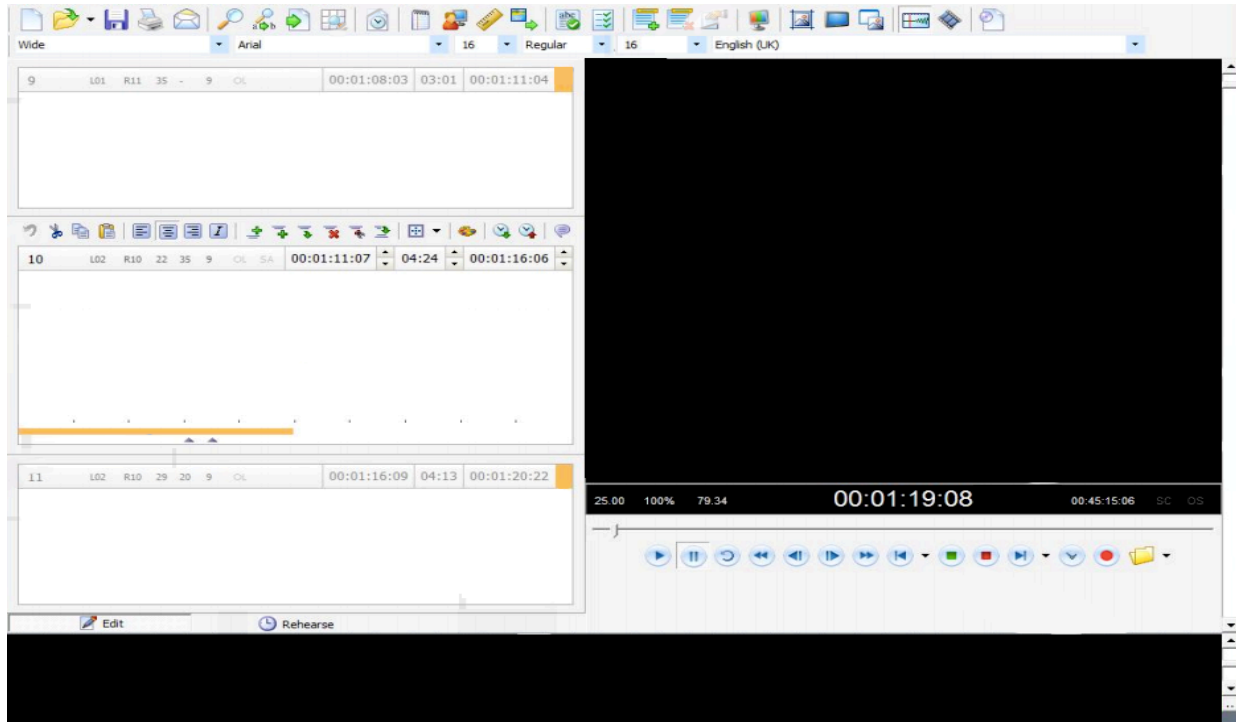
<b>Projeto</b>	<b>Número de trabalhos</b>	<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Línguas trabalhadas</b>
After Party (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
All About the Washingtons (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
American Pickers	2	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Are You The One? (vídeos promocionais)	5	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Baby Ballroom	8	Tradução/Legendagem	Inglês para português
BTI (vídeo promocional)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Certificado oficial	1	Tradução jurídica	Inglês para português
Chopped	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Dancing Queens (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Dragon Prince (trailers)	2	Tradução/Legendagem	Inglês para português
EDP (clipes informativos)	30	Transcrição/Legendagem	Português e português variante do Brasil
EDP N12	3	Transcrição/Legendagem	Português e português variante do Brasil
Ex On The Beach (vídeos promocionais)	13	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Floribama Shore (vídeos promocionais)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Hold The Dark (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Insatiable (trailers e vídeos promocionais)	2	Tradução/Legendagem	Inglês para português

Jersey Shore: Family Vacation (vídeos promocionais)	10	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Just Tattoo Of Us (vídeos promocionais)	2	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Maniac (trailers e vídeos promocionais)	5	Tradução/Legendagem	Inglês para português
MTV Fit (vídeos promocionais)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
MTV Meets	2	Tradução/Legendagem	Inglês para português
MTV News	23	Tradução/Legendagem	Inglês para português
MTV VMAs 2018 (vídeos promocionais)	5	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Outlaw King (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Proms	2	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Sierra Burges Is A Loser (trailers)	3	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Stay Here (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
The Other Side Of The Wind (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português
True Love Or True Lies (vídeos promocionais)	12	Tradução/Legendagem	Inglês para português
Yoo Byung Jae: Too Much Information (trailer)	1	Tradução/Legendagem	Inglês para português

## Anexo II

### Capturas de ecrã do programa Spot 5.1

#### *Interface do programa*

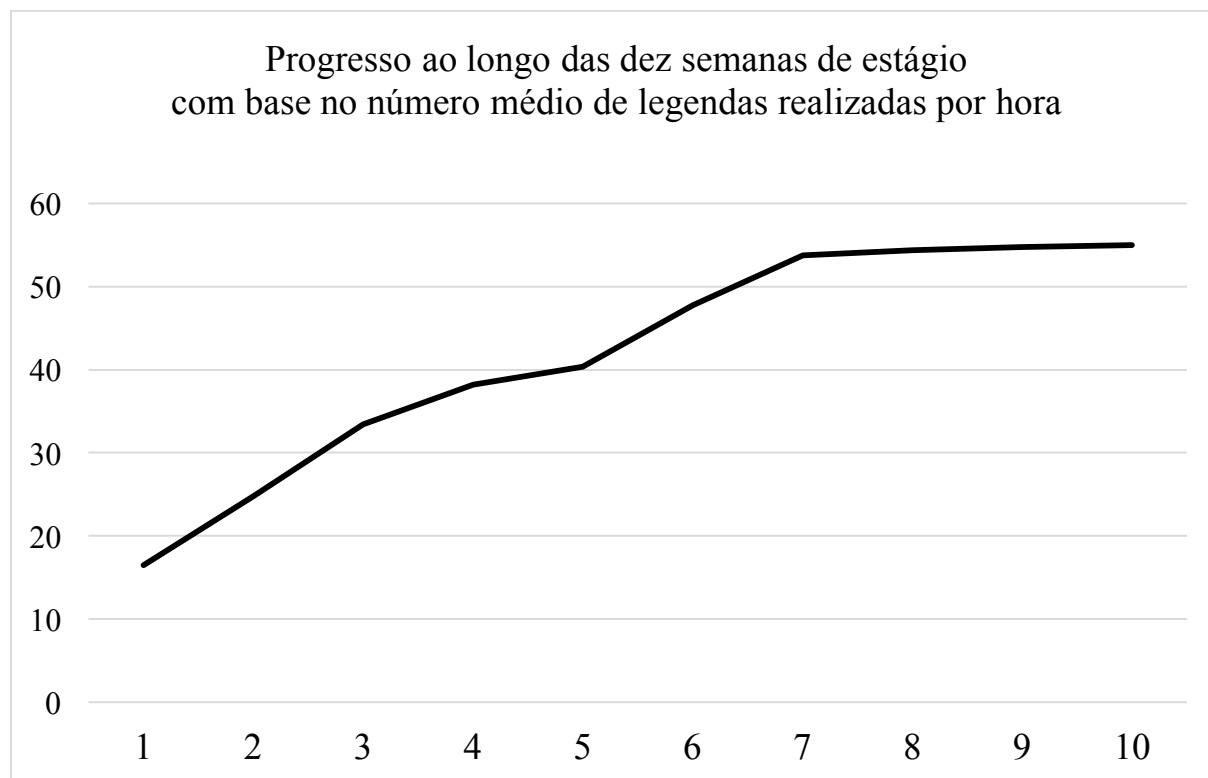


#### *Parâmetros usados da legendagem dos projetos referidos no subcapítulo 3.3*

Parameters				
Default interval	Default duration	Minimum duration	Maximum duration	Invalid int t/hold
00:07	02:00	01:00	07:00	0
Max chars per line	Max lines per sub	Reading speed	Last cut offset	Next cut offset
40	2	37	0	0

## Anexo III

### Tabela de evolução pessoal e análise



Este gráfico representa a evolução pessoal registada ao longo das dez semanas de estágio, tendo por base o número médio de legendas realizadas no espaço de uma hora, ao longo do período indicado. Para conseguir tais dados, foi crucial registar o progresso realizado. Foram apontados o número de legendas concluídas a cada intervalo de uma hora, bem como o progresso em minutos de vídeo de cada projeto. Os resultados encontrados são um número médio que reflete, aproximadamente, o número de legendas realizadas, sendo que foram tidas em conta aquelas realizadas durante cada hora e durante dia de trabalho para que, no fim, surgisse um valor respetivo a cada semana. O valor semanal foi a opção escolhida pois reflete de forma adequada a evolução progressiva. Isto porque nem todos os dias de trabalho apresentaram valores estáveis, o que se comprovou igualmente quando cada hora de trabalho foi analisada. Conclui-se que tal ocorreu devido a condições como a conclusão de projetos, as pausas para revisão, o tempo de pesquisa, entre outras.

É importante salientar que no início deste estágio, a inexperiência era clara. Na primeira semana, comprova-se que, após uma introdução ao programa *Spot* e às principais regras da legendagem, o ritmo de legendagem era ainda baixo. Contudo, o progresso, ao longo das semanas seguintes, provou ser muito positivo, visto que até à sétima semana a evolução foi constante e sempre em intervalos de valores entre as três e as nove legendas por hora. É a partir da sétima semana que o ritmo parece estabilizar, ficando numa média de cinquenta e cinco legendas por hora.

Este valor final releva-se superior ao valor correspondente à primeira semana em mais do triplo. É demonstrativo de um progresso pessoal muito positivo, que revela não só familiaridade com o programa utilizado, mas também uma abordagem mais experiente aos problemas de tradução.

## Anexo IV

Lista das 10 Línguas Mais Faladas na Internet. Fonte: Internet World Stats

<b>Top Ten Languages Used in the Web - December 31, 2017</b> ( Number of Internet Users by Language )					
<b>TOP TEN LANGUAGES IN THE INTERNET</b>	<b>World Population for this Language (2018 Estimate)</b>	<b>Internet Users by Language</b>	<b>Internet Penetration (% Population)</b>	<b>Internet Users Growth (2000 - 2018)</b>	<b>Internet Users % of World (Participation)</b>
<a href="#">English</a>	1,462,008,909	<b>1,055,272,930</b>	72.2 %	649.7 %	25.4 %
<a href="#">Chinese</a>	1,452,593,223	<b>804,634,814</b>	55.4 %	2,390.9 %	19.3 %
<a href="#">Spanish</a>	515,759,912	<b>337,892,295</b>	65.5 %	1,758.5 %	8.1 %
<a href="#">Arabic</a>	435,636,462	<b>219,041,264</b>	50.3 %	8,616.0 %	5.3 %
<a href="#">Portuguese</a>	286,455,543	<b>169,157,589</b>	59.1 %	2,132.8 %	4.1 %
<a href="#">Indonesian / Malaysian</a>	299,271,514	<b>168,755,091</b>	56.4 %	2,845.1 %	4.1 %
<a href="#">French</a>	412,394,497	<b>134,088,952</b>	32.5 %	1,017.6 %	3.2 %
<a href="#">Japanese</a>	127,185,332	<b>118,626,672</b>	93.3 %	152.0 %	2.9 %
<a href="#">Russian</a>	143,964,709	<b>109,552,842</b>	76.1 %	3,434.0 %	2.6 %
<a href="#">German</a>	96,820,909	<b>92,099,951</b>	95.1 %	234.7 %	2.2 %
<b>TOP 10 LANGUAGES</b>	<b>5,135,270,101</b>	<b>3,209,122,400</b>	<b>62.5 %</b>	<b>1,091.9 %</b>	<b>77.2 %</b>
Rest of the Languages	2,499,488,327	<b>950,318,284</b>	38.0 %	935.8 %	22.8 %
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>7,634,758,428</b>	<b>4,159,440,684</b>	<b>54.5 %</b>	<b>1,052.2 %</b>	<b>100.0 %</b>

## Anexo V

Listas dos 20 Países Com Mais Utilizadores da Internet. Fonte: Internet World Stats

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - DECEMBER 31, 2017						
#	Country or Region	Population, 2018 Est.	Population 2000 Est.	Internet Users 31 Dec 2017	Internet Users 31 Dec 2000	Internet Growth
1	<a href="#">China</a>	1,415,045,928	1,283,198,970	772,000,000	22,500,000	3,331 %
2	<a href="#">India</a>	1,354,051,854	1,053,050,912	462,124,989	5,000,000	9,142 %
3	<a href="#">United States</a>	326,766,748	281,982,778	312,322,257	95,354,000	227 %
4	<a href="#">Brazil</a>	210,867,954	175,287,587	149,057,635	5,000,000	2,881 %
5	<a href="#">Indonesia</a>	266,794,980	211,540,429	143,260,000	2,000,000	7,063 %
6	<a href="#">Japan</a>	127,185,332	127,533,934	118,626,672	47,080,000	152 %
7	<a href="#">Russia</a>	143,964,709	146,396,514	109,552,842	3,100,000	3,434 %
8	<a href="#">Nigeria</a>	195,875,237	122,352,009	98,391,456	200,000	49,095 %
9	<a href="#">Mexico</a>	130,759,074	101,719,673	85,000,000	2,712,400	3,033 %
10	<a href="#">Bangladesh</a>	166,368,149	131,581,243	80,483,000	100,000	80,383 %
11	<a href="#">Germany</a>	82,293,457	81,487,757	79,127,551	24,000,000	229 %
12	<a href="#">Philippines</a>	106,512,074	77,991,569	67,000,000	2,000,000	3,250 %
13	<a href="#">Vietnam</a>	96,491,146	80,285,562	64,000,000	200,000	31,900 %
14	<a href="#">United Kingdom</a>	66,573,504	58,950,848	63,061,419	15,400,000	309 %
15	<a href="#">France</a>	65,233,271	59,608,201	60,421,689	8,500,000	610 %
16	<a href="#">Thailand</a>	69,183,173	62,958,021	57,000,000	2,300,000	2,378 %
17	<a href="#">Iran</a>	82,011,735	66,131,854	56,700,000	250,000	22,580 %
18	<a href="#">Turkey</a>	81,916,871	63,240,121	56,000,000	2,000,000	2,700 %
19	<a href="#">Italy</a>	59,290,969	57,293,721	54,798,299	13,200,000	315 %
20	<a href="#">Egypt</a>	99,375,741	69,905,988	48,211,493	450,000	10,613 %
<b>TOP 20 Countries</b>		<b>5,146,561,906</b>	<b>4,312,497,691</b>	<b>2,937,139,302</b>	<b>251,346,400</b>	<b>1,068 %</b>
<b>Rest of the World</b>		<b>2,488,196,522</b>	<b>1,832,509,298</b>	<b>1,219,792,838</b>	<b>109,639,092</b>	<b>1,012 %</b>
<b>Total World</b>		<b>7,634,758,428</b>	<b>6,145,006,989</b>	<b>4,156,932,140</b>	<b>360,985,492</b>	<b>1,051 %</b>

## Anexo VI

Tabela respeitante ao perfil do espectador da MTV Portugal. Fonte: Media Booking

Perfil									
Universo 100%	Género	Masculino 45,1%	Feminino 54,9%						
	Status	A 3,6%	B 12,7%	C 19,9%	D 38,6%	E 25,2%			
	Idade	4-14 9,9%	15-24 32,5%	25-34 15,1%	35-44 16,3%	45-54 11,8%	55-64 7,1%	65-74 5,9%	+75 1,4%
	Região	Norte 34,6%	Centro 23,3%	Lisboa 33,2%	Alentejo 5,3%	Algarve 3,7%			

Legenda: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6

(adesão superior à média aritmética do segmento sociodemográfico [x,y %])

Ex: Classes Sociais (100% / 5 = 20%)

Fonte: GFK | 2016

Universo: 9.7 milhões de indivíduos com 4 ou mais anos residentes em Portugal Continental

## **Anexo VII**

Abaixo encontram-se as definições dos termos mencionados acima. A informação encontra-se apresentada por ordem alfabética.

### Definição de "As Fuck (AF)" segundo *Know Your Meme*

#### **About**

As Fuck (AF) is an English-language slang term used to emphasize and intensify an adjective. It is typically abbreviated "AF."

#### **Origin**

While has likely been used outside of popular culture, the earliest and most-widely reported usage of the phrase "as fuck" comes from the American rap song "\_Straight Outta Compton" by N.W.A. Released as the album's first single on July 10th, 1988, the song features the lyrics, "So when I'm in your neighborhood, you better duck / Coz Ice Cube is crazy as fuck / As I leave, believe I'm stompin / But when I come back, boy, I'm comin straight outta Compton."

Other songs on the album, including the second single, "Fuck tha Police," also include the phrase "as fuck."

#### **Spread**

On April 11th, 2000, American rapper Del the Funky Homosapien released the song "Fake as Fuck."

Later that year, on September 11th, 2000, the radical politics website anarchist politics website Crimethinc published an article entitled "Your Politics Are Boring As Fuck."

Three years later, on February 25th, 2004, Urban Dictionary user infinity defined the phrase as "Phrase commonly used by silly Welsh people who have limited vocabulary. It is an

easy way out for describing how good something is." The post (shown below) received more than 70 upvotes in 14 years.

On February 2nd, 2009, a page for the expression was added to "Wiktionary."

## **AF**

The abbreviation for "As Fuck," "AF" (sometimes written "asf") was first defined by Urban Dictionary user Mr McDownage on October 10th, 2011 as "The acronym stands for 'as fuck.'" Within seven years, the definition received more than 5,600 upvotes.

The phrase has been frequently used as an abbreviation on Twitter, where character counts can prohibit lengthy posts (...)

## Definição de “Bebop” segundo *Jazz Bossa*

O nascimento do bebop nos anos 40 é geralmente considerado um marco do começo do jazz moderno. Esse estilo surgiu diretamente dos pequenos grupos de swing, mas deu uma ênfase muito maior à técnica e a harmonias mais complexas, por oposição a melodias cantáveis. Boa parte da teoria a ser discutida mais adiante nesta Introdução deriva diretamente das inovações desse estilo. (...)

## Definição de “BFF” segundo *Urban Dictionary*

### **BFF**

Acronym - Best Friends Forever

“KIT!!! stay cool and don't skip school!! sincerely, Britney. PS: BFF!”

by Anonymous November 01, 2001

## Definição de “Bromance” segundo *Know Your Dictionary*

The meme is pretty self explanatory [sic]. It came from Bros all across the world. It's simply the affectionate, but "no homo" romance shown between two dudes who have a tight friendship. Brove gestures range from chest bumps, fist bumps, horribly improvised handshakes, and bear-like hugs to pats on the back, playful punches in the gut or face, swapping gassy smells for a good laugh, and good morning text messages that consist of usually one or two words like "Bruh!!" or "Bro howzit?"

Bros usually say "I love you man." or "Much love broseph" followed by "no homo" or "no bromo" upon leaving each other's presence as a reassuring gesture that they have a bond together. Some dudes, if unsure of their bro's intent, ask it as a question (in ex: "No homo bro?"), creating an awkward situation, but half-mindedly shrug it off and part ways without further engaging in conversation about it or showing discomfort ("Keeping their cool"). Recently, Men worldwide have found a way to disarm the "no homo" recoil method by simply clashing "Bro" and "Love" together to shorten their greetings or goodbyes. They usually meet and part with a "left arm over right arm, right arm over left arm pat pat on the back back" hug (referencing from Bradley Hathaway) with their fingertips clasped in a hook-like manner between them to form the slight amount of distance to "Stay fly" and a simple "Brove you man, ah man brove you too!"

## Definição de “IDGAF” segundo *Urban Dictionary*

### **Idgaf**

idgaf - i don't give a f\*ck

used once again by the lazy tossers who can't be bothered to type let alone think of a decent response to any form of comment directed at them.

“<jim> christ bob you suck at <xyz>

<bob> idgaf tbh”

by jonsae April 02, 2003

## Definição de “FAIL / Epic Fail” segundo *Know Your Meme*

### **About**

FAIL is turn-of-the-century Internet slang that came to popularity through image macros and short videos depicting situations with unfortunate outcomes. Traditionally, the verb “fail” has been used to signify the opposite of “succeed,” to fall short of achieving a goal. Today, the word is also commonly used as an interjection to point out a person’s mistake or shortcoming, often regardless of its magnitude.

### **Origin**

The earliest documented usage of the term “FAIL” can be traced to a Japanese 16-bit scrolling shooter game, "Blazing Star," which was released on February 26th, 1998. The game was often mocked for its grammatically incorrect “game over” message that reads: “YOU FAIL IT! YOUR SKILL IS NOT ENOUGH- SEE YOU NEXT TIME- BYE BYE”.

As seen with the All Your Base are Belong to Us meme, the combination of a retro video game narrative and Engrish translation proves itself to be a powerful source of lulz.

### **Spread**

While the exact origin of “FAIL,” as an interjection, remains unknown, the earliest appearance of “FAIL” on slang repository Urban Dictionary dates back to July 22nd, 2003:

“either an interjection used when one disapproves of something, or a verb meaning approximately the same thing as the slang form of suck.

1) ‘you actually bought that? FAIL’

2) ‘this movie fails.’”

This use of “fail” not as a part of speech but as a stand-alone interjection was further popularized by message board sites like 4chan and Something Awful forums. Due to the increased popularity of FAIL image macros and videos, the Cheezburger Network launched FAILblog, an aggregator of FAIL-related media, in May 2008.

On August 9th, 2009, the New York Times, in almost verbatim to Know Your Meme Episode, reported on the FAIL phenomenon. They wrote:

“This punchy stand-alone fail most likely originated as a shortened form of ‘You fail’ or, more fully, ‘You fail it,’ the taunting ‘game over’ message in the late-’90s Japanese video game Blazing Star, notorious for its fractured English.”

On July 5th, 2011, the YouTube channel FailArmy launched, posting fail videos with various themes on a regular basis [sic]. Within seven years, the channel has more than 14 million subscribers and more than 5 billion views.

Definição de “Queen” segundo *Urban Dictionary*

### **Queen**

A beautiful girl, who doesn't take disrespect from nobody! She's smart and does what she wants when she wants. She doesn't let nobody bully her and kicks-ass!

“This girl is such a Queen!”

by she is so like that! February 27, 2017

## Definição de “Wig” segundo *Urban Dictionary*

### **wig**

An evolutionized [sic] word, starting from “weave snatched”, to “wig snatched”, to “wig flew”, and now just to “wig”, because we are lazy. It’s basically a term short for “wig flew”, “wig left”, “wig disintegrated”, “wig in orbit”, etc.

“stan #1: she’s nominated for a grammy!!!

“stan #2: omg wig

#wig #wig flew #wig snatched #wig in orbit #wig disintegrated #wig left #wig stolen #where’s my wig?”

by buterabliss November 28, 2017

## Definição de “Wig” segundo *Know Your Meme*

### **About**

Wig is a slang term which is shorthand for doing something so incredibly it causes another's wig to fly off. The phrase originated in African American Vernacular English (AAVE) and became associated with Stan culture as fans of artists and celebrities would respond "wig" to actions of their idols. The term reached mainstream culture after Katy Perry used the term on American Idol in 2018.

### **Origin**

The first Urban Dictionary definition of "Wig" with this meaning was submitted on November 28th, 2017, by user buterabliss. The definition references how "wig" is a shortening of similar slang terms like "snatched bald" and "weave flew."

### **Spread**

"Wig" has seen use in Stan culture, particularly on Twitter, by fans of celebrities in reaction to the actions of their idols.