

Tradução de fãs e Tradução oficial: Equivalência, Voz e Apropriação

Rafael Müller Galhardi

Mestrando em Língua e Cultura - UFBA
aterion@hotmail.com

Resumo

O objetivo principal deste artigo é investigar o modo como as traduções de fãs interagem com as traduções oficiais ou divergem destas dentro de ambientes virtuais diversos. Desse modo, separam-se três casos para [a] análise: A tradução de *O Senhor dos anéis* (1995) de J.R.R Tolkien; a nova tradução de *Duna* (2011) de Frank Herbert; e a localização do jogo *Starcraft II: Wings of liberty* (2010) pela Blizzard Entertainment. A metodologia do trabalho se apoia na teoria tradutória proposta por Lawrence Venuti (1995), a qual sugere a existência de estratégias tradutórias domesticadoras e estrangeirizadoras, além de situar estes ambientes virtuais de tradução e negociação dentro do prisma teórico da *Cultura de Convergência*, conceituado por Henry Jenkins (2006).

Palavras chave: Cultura de Convergência. Tradução de Fãs. Tradução Oficial. Domesticação. Estrangeirização. Localização.

Abstract

The main objective of this work is to investigate the different ways that fan translations interact with official ones or diverge from them in different virtual environments. This way, three cases have been selected: the Portuguese translation of J.R.R. Tolkien's *The Lord of the Rings* (1995); the new Portuguese translation of Frank Herbert's *Dune* (2011); and the localization of *Starcraft II: Wings of liberty* by Blizzard Entertainment. The methodology is based on the translation theory proposed by Lawrence Venuti (1995), which suggests the existence of domesticating and foreignizing translation strategies, and places these virtual environments of translation and negotiation under the theoretical prism of Henry Jenkins' (2006) Culture of Convergence.

Keywords: Convergence Culture. Fan translation. Official Translation. Domestication. Foreignization. Localization.

1.0 Introdução

Um fenômeno crescente que podemos identificar no Brasil é o de traduções feitas por fãs ou influenciadas por estes, geralmente articulados através de redes colaborativas online. Este fenômeno envolve desde videogames a músicas, filmes e diversos outros produtos culturais. Para Prado, os fãs no século XXI estão sendo “redefinidos como condutores de uma rica produção dentro da nova economia digital”. (PRADO, 2009, p.2). Mas o que motiva tais traduções e qual a influência da participação dos fãs nas traduções oficiais? Como estas novas práticas se relacionam com os processos tradicionais de tradução?

As traduções, no contexto atual, muitas vezes tornam-se ferramentas de acessibilidade para aqueles que não conseguem transitar no universo linguístico-cultural de uma língua estrangeira; além disso, motivam acalorados debates sobre a escolha de certas opções por parte dos tradutores. Os próprios fãs procuram realizar ou sugerir traduções alternativas de acordo com suas perspectivas e ideologias.

Estes debates, porém, não se restringem apenas ao ambiente virtual e teórico: é crescente o número de empresas que buscam a opinião do público através das diversas redes sociais antes de liberarem seus produtos para consumo, ou que se utilizam do potencial coletivo para diminuir custos através do *Crowdsourcing* (Howe, 2008, p.6). Desse modo, torna-se pertinente a análise e observação de como ocorrem esses processos dialéticos em suas diversas instâncias.

Para os objetivos deste artigo, separam-se três casos: a tradução de *O Senhor dos anéis* de J.R.R Tolkien, a nova tradução de *Duna* de Frank Herbert e a *localização*¹ do jogo *Starcraft II: Wings of liberty* pela Blizzard Entertainment.

¹*Localização*, de acordo com a LISA - Localisation Industry Standards Association – envolve “o processo de modificar produtos de forma a atender a diferenças em mercados distintos” (LOMMEL, 2003, p.13). Como explica Pym, “utilizamos o termo *localização* para referir-nos a um conjunto de discursos que se relaciona com a produção transcultural de textos e adaptações nos campos de software, documentação de produtos, tecnologias web e alguns serviços internacionais de notícias. (PYM, 2006, p.1)

2.0 O Senhor dos Anéis e a mobilização dos fãs

O que é necessário para se transformar uma obra literária ou um filme em um objeto *Cult*? É a partir desse questionamento, que Umberto Eco sugere os seguintes requerimentos:

“O trabalho precisa ser amado, obviamente, mas isto não é suficiente. Ele precisa fornecer um mundo completamente preenchido, de forma que os fãs possam citar personagens e episódios como se estes fossem aspectos de seu mundo sectário e privado, um mundo sobre o qual podem ser feitos questionários e jogos de trívia, de forma que os adeptos do grupo reconheçam uns nos outros um conhecimento compartilhado²” (ECO, 1984, 3) – minha tradução

A origem da interação entre fãs e a obra *O Senhor dos anéis*, traduzida para o português brasileiro por Lenita Steves (1994), remonta a suas primeiras publicações em língua inglesa, quando diversos leitores maravilhados com o universo ficcional criado por Tolkien passaram a enviar cartas para o autor pedindo esclarecimentos e mais detalhes sobre a *Terra-média*. Essa correspondência acabou sendo compilada em um livro, *As cartas de J.R.R Tolkien*, traduzido e lançado no Brasil em 2006.

Entretanto, a participação dos fãs em conjunto a uma apropriação transmidiática da obra se estendeu para muito além: Peter Jackson dirigiu três filmes, que receberam diversos Oscars, foram transformados em jogos de videogame e de computador; e sua popularidade motivou a criação de diversas comunidades *online*, muitas das quais ganharam força a partir do final dos anos 90 – entre elas a *Valinor*.

É a organização desses espaços dialécticos virtuais, a exemplo do *Fórum Valinor*, que vai permitir, em determinado momento, o questionamento público de alguns aspectos da tradução de Lenita Steves. O episódio gerador desse debate tem origem em uma lista de discussão via email, na qual os fãs começaram a debater a posse ou não de um anel por um personagem

² “What are requirements for transforming a book or a movie into a cult object? The work must be loved, obviously, but this is not enough. It must provide a completely furnished world, so that its fans can quote characters and episodes as if they were part of the beliefs of a sect, a private world of their own, a world about which one can play puzzle games and trivia contests, and whose adepts recognize each other through a common competence.”

secundário, no caso, o mago Saruman – além de outros parágrafos e informações omitidas.

A criação de uma “Força Tarefa”, ou seja, um grupo de fãs que se dispôs a revisar toda a tradução utilizando uma edição estrangeira e a edição nacional como materiais de referência, foi o estopim para o desenrolar da polêmica, sobre a qual se reproduz o trecho a seguir:

“Perde-se continuidade, pois o encontro de Saruman e Gandalf não é citado. Perde-se a informação de que Saruman usava um anel, perde-se um pouco de confiança na tradução nacional. Esta última, aliás, por mais um motivo, pois é dito que Gandalf chega a Orthanc “*Uma noite, bem tarde*” quando no original encontramos “*Late one evening*” que seria algo como “*ao final do entardecer*”.”³ (Fábio Deriel Bettega, administrador da Valinor).

Ao final do processo, os parágrafos omitidos e os demais “erros” encontrados foram organizados em um arquivo de texto em formato *pdf* e enviados para a editora Martins Fontes. A editora alegou que a obra fora revisada diversas vezes, enquanto a tradutora defendeu-se, salientando que dispôs de apenas 14 meses para concluir o trabalho, (Silva, 2005, p.91) em uma época na qual ainda não havia a difusão atual de processadores de texto e recursos virtuais; de modo que o prazo oferecido pela editora, possivelmente, teria sido demasiado curto para uma revisão mais cuidadosa.

Esse episódio, no entanto, ilustra parte do impacto que o papel dos fãs vem causando às diversas traduções de produtos midiáticos. Pois a movimentação da comunidade em torno da questão, aliada a um conflito entre a editora e a tradutora Lenita Esteves - por conta dos direitos autorais da tradução – abriu, inclusive, a possibilidade de se realizar uma nova tradução por Waldéa Barcellos e Ronald Kyrmse - o lançamento desta, entretanto, foi eventualmente abortado.⁴

Reinaldo Lopes, doutorando pela USP e participante do Fórum Valinor com o nickname Imharil, defendeu em uma das disciplinas de seu doutorado que um dos principais problemas das traduções de Senhor dos Anéis consistiria na pressão editorial relativa à padronização do texto para o mercado brasileiro, suprimindo aspectos de oralidade e anulando assim a possibilidade de

³ O texto completo pode ser conferido no endereço: <http://www.valinor.com.br/6513/>

⁴ A notícia pode ser conferida aqui: <http://www.valinor.com.br/8148/>

reconstruir a diversidade linguística presente na obra em língua inglesa, como evidenciado a seguir:

"*Outras pessoas morrerão também.*"⁵ [Nova tradução]

Coincidência ou não, o campo semântico de "pessoa" retorna aqui, como na tradução anterior – o que parece um equívoco, mais uma vez, porque o elemento central da frase é justamente sua impessoalidade – "alguém mais vai morrer". "Vai morrer", aliás, talvez fizesse mais jus ao ritmo do fraseado original, já que o inglês só possui a forma composta, com verbo auxiliar, do futuro. Na boca de um orc, "morrerão" soa educado demais." (LOPES, 2008, p.1)

Orc, no caso, refere-se a uma raça de criaturas demoníacas utilizadas como peões de exército pelo principal antagonista de *O Senhor dos Anéis*, Sauron. Daí advém seu idioleto mais áspero e lacônico, o qual não foi transposto para a tradução brasileira. Lopes argumenta que tal transposição possivelmente foi barrada pelo mercado editorial, o que indica parte das pressões do sistema de patronagem apontadas por Lefevere (1985, p. 227), o qual inibe certas potencialidades criativas do tradutor. É possível também observarmos, neste caso, uma fusão entre o acadêmico e o fã na figura de Reinaldo Lopes, fusão já evidenciada por Jenkins na introdução do livro *Fan, Bloggers and Gamers*: "Olá. Meu nome é Henry. Eu sou um fã. Em algum momento nos anos 80 cansei de ouvir as pessoas dizerem para eu arranjar uma vida. Ao invés disso, escrevi um livro." (JENKINS, 2006b, p.1)

Assim, utilizando a teoria de tradução literária proposta por Venuti no livro *Invisibilidade do Tradutor* (VENUTI, 1995), que conceitua a domesticação ou estrangeirização do texto de origem, pode-se perceber não apenas uma posição estrangeirizadora por parte de diversos fãs, no sentido de retornar ao pólo de partida, mas também a exigência de que os detalhes que balizam as estruturas do universo ficcional sejam preservados ao máximo durante sua transposição; isso reflete em parte um ideal de equivalência entre os textos.

A atenção com esses detalhes e a polarização do texto em sentido contrário, no entanto, só são possíveis devido ao trabalho de certos leitores

⁵⁵ *Someone else will die too.*

bilíngües, que se dedicam a estudar e comparar ambas as obras, compartilhando suas diferentes leituras.

3.0 *Duna* e o Conselho de Landsraad no Orkut

Duna, livro de ficção científica escrito por Frank Herbert em 1965, tornou-se filme através do diretor David Lynch em 1984, sendo traduzido para o português brasileiro pela editora Nova Fronteira e mais recentemente pela editora Aleph⁶. Além disso, seu universo ficcional foi recriado como série de Tv em 2000 para o Sci-fi channel e adaptado para alguns jogos de estratégia 3D. O livro publicado no Brasil, no entanto, já havia se esgotado há vários anos, de forma que a obra era vista como um raro item de colecionador.

Conseqüentemente, a comunidade do site de relacionamentos Orkut (conhecida como *Conselho de Landsraad*) ainda é consideravelmente pequena - apesar de ativa - quando comparada a outras obras; tem apenas 984 membros contra 119.335 do Senhor dos Anéis e 20.097 do jogo Starcraft II: Wings of Liberty. Sua pertinência para esta análise, no entanto, decorre de diversos fatores: o livro preenche os requisitos de Umberto Eco (1984) em relação a obras *Cult*; um novo filme estava em vistas de ser produzido (ainda que tenha sido recentemente cancelado); e uma nova edição da obra foi lançada pela Editora Aleph em 2011.

O lançamento da nova publicação precede uma estratégia diferente dos modelos tradicionais de tradução em que somente o tradutor se vê às voltas com a tomada de decisões relativas às adaptações necessárias para a transposição da obra. É possível observar na comunidade supracitada um tópico intitulado "Tradução do *Duna*", o qual envolve, segundo o fã Claudio Villa, uma solitação da própria editora para a discussão de certas opções da tradução.

Transcreve-se a seguir um dos posts:

6 A nova tradução foi divulgada no portal gazeta:

<http://portal.gazetadigital.com.br/conteudo/show/secao/62/materia/259506>

“Recebi um parecer das sugestões de tradução da editora e eles me pediram⁷ para colocar a seguinte questão em pauta. Em relação a tradução de truthsayer temos algumas sugestões de tradução

Verividente (usando o recurso de portmanteaux⁸)
Verdadizante (usando o mesmo recurso)
Reveladora da verdade
Proclamadora da verdade.

Dentre essas, quais vocês acham mais adequada? E se nenhuma delas servir, alguém tem uma outra sugestão? Criei uma enquete para facilitar a computação dos dados e gostaria de pedir que todos respondessem.

O mesmo vale para o truthtrance. Vocês acham que deve ser usado um portmanteaux para criar algo como Veritrance ou fazer a tradução literal de transe da verdade.” (Claudio Villas, membro da Comunidade Conselho de Landsraad. 26 de janeiro de 2010)

Estes trechos mostram como, nos tempos atuais, a distância entre público e tradutores está cada vez mais diluída. A voz do público não apenas se manifesta, mas também estabelece uma fértil discussão sobre as opções de tradução, uma vez que os fãs são convidados a contribuir e sugerir suas próprias traduções. Assim, reforça-se a ideia de Jenkins em relação à cultura de convergência: “o consumidor mais valioso talvez seja o mais apaixonado, dedicado e ativamente engajado”⁹ (JENKINS, 2006a, p. 73) – tradução nossa

Porém, até que ponto esse processo não representa uma tentativa de cortar custos ou descaracterizar a abordagem criativa do tradutor, apropriando-se de alguns dos itens lexicais que mais distinguem seu trabalho? Lenita Esteves conseguiu mover um processo em relação aos direitos autorais do *Senhor dos Anéis* devido, em boa parte, ao fato de que os nomes dos objetos, raças e personagens do universo ficcional foram traduzidos diretamente por ela, não sendo, portanto, um bem comum e compartilhado.

Além disso, abre-se a possibilidade de a figura do tradutor oficial ser relegada a um segundo plano como revisora de conteúdos ou ficar diluída em meio ao grande público, a exemplo do processo adotado pela rede social

7 O tópico completo pode ser acessado através do seguinte link:
<http://www.orkut.com/CommMsgs?tid=5429586536209709964&cmm=71291&hl=pt-BR>

8 Recurso estilístico que consiste em juntar duas palavras ou morfemas em uma nova palavra.

9 The most valued consumer may be the one who is most passionate, dedicated, and actively engaged.

Facebook, o *Crowdsourcing*¹⁰ (Howe, 2008, p. 1), que consiste em fornecer ferramentas para que os próprios usuários de um serviço traduzam um determinado conteúdo ao invés de delegar essa tarefa a um tradutor profissional.

4.0 Starcraft 2 e as reações dos jogadores na Battle.net

A *localização* do aclamado jogo de estratégia *Starcraft II: Wings of Liberty* (2010), cuja versão anterior contava com um relativo sucesso entre os jogadores brasileiros e uma tradução não oficial, marca uma estratégia de penetração diferenciada da Blizzard, empresa criadora da série, no mercado de jogos brasileiro. Esta *localização* em si não é, de fato, uma inovação - apesar de detalhes técnicos como dublagem e sincronia labial - uma vez que a Tec Toy já localizava jogos para o público brasileiro no início dos anos 90. A forma como a empresa se aproxima do público, no entanto, é consideravelmente singular.

Primeiramente, pode-se observar a própria organização estética e funcional do domínio Battle.net, uma vez que este procura inserir o usuário dentro do universo ficcional que o jogo se propõe a criar, além de abrir espaço para contribuições dos fãs, a exemplo da criação de mapas ou de fanarts (desenhos baseados no universo do jogo). Além disso, na parte interativa da comunidade, surgem os seguintes fóruns, divididos em duas seções:

10 "Crowdsourcing é o ato de terceirizar uma tarefa usualmente realizada por um agente designado (empregado ou contratado) para um grupo indefinido e grande de pessoas. Crowdsourcing permite o poder do público para a realização de tarefas que foram em algum momento a província de uns poucos especializados."

"Crowdsourcing" is the act of taking a task traditionally performed by a designated agent (such as an employee or a contractor) and outsourcing it by making an open call to an undefined but large group of people. Crowdsourcing allows the power of the crowd to accomplish tasks that were once the province of just a specialized few.



© Blizzard Entertainment

Figura 1. Jogo.



© Blizzard Entertainment

Figura 2. Suporte.

O apelo do jogo, desse modo, não é apenas que os jogadores joguem-no uma única vez e depois o deixem de lado; mas sim, que habitem esse universo virtual e interajam uns com os outros. A localização, por consequência, teria a finalidade de permitir que essa interação ocorresse da maneira mais suave e democrática possível.

As reações dos usuários, nesse sentido, se mostraram satisfatórias em vários aspectos, apesar de alguns pontos terem sido questionados¹¹:

¹¹ Post completo: <http://us.battle.net/sc2/pt/forum/topic/165186800>

“-Dublagem:

A Dublagem do jogo está sensacional, eu não esperava que ficasse tão boa!
E lipsync ajuda muito nisso!

- Nomes das unidades:

O grande erro na minha, e opinião geral dos brasileiros. Eu, como estudante da área, entendo perfeitamente o trabalho de design que foi feito em relação à localização dos nomes. Foi um grande trabalho? Sim, mas e a pesquisa com o público alvo??? Antes de apenas lançarem os nomes e obrigar os jogadores a os engolir, deveriam ter feito pesquisa conosco. Este foi um terrível erro de planejamento e para uma empresa de tal porte, não deveria ter ocorrido. Mas agora é inviável devolver o nome original das units, pois haveria um grande trabalho na redublagem e organização dos textos de campanha que ficam em cartazes, construções, entre outros.” (Straw, membro da Battle.net. 2 de Agosto de 2010)

O fato de jogos de videogame atualmente envolverem uma grande quantidade de apoio técnico, de modo semelhante ao que ocorre com filmes hollywoodianos, faz com que certas decisões tradutórias se tornem indelévels. A estrutura de um jogo de videogame permite, através dos conhecimentos técnicos de um programador, a alteração de todos os textos escritos - no entanto, o mesmo não é válido para sentenças construídas em signos tridimensionais (como placas, muros ou lojas), nem para a dublagem, pois ainda que seja tecnicamente possível realizar tais mudanças, o custo das mesmas se torna proibitivo.

Além disso, o contexto atual do mercado de entretenimento e a influência da cultura de convergência fazem com que o conteúdo de uma marca atravesse várias mídias e assuma as mais diversas formas em diferentes pontos de recepção (JENKINS, 2006, p.11). Desse modo, campanhas de marketing e divulgação invariavelmente se atrelam às escolhas inicialmente determinadas pela *localização* do jogo.

O problema que ocorre, neste caso, é um conflito entre estrangeirização e domesticação (VENUTI, 1995), devido ao fato de que o universo do jogo já era previamente conhecido por grande parte do público consumidor brasileiro. Assim, o fato de apenas a sequência *Starcraft II: Wings of Liberty* receber uma *localização* implica na possibilidade de já existir uma identificação prévia dos usuários com certos nomes, o que se evidencia em algumas das reações mais extremadas¹²:

“-Fanáticos - Não sei quem coordenou a equipe de tradução de nomes das unidades, mas provavelmente não era um jogador de StarCraft I e BW, "Zealot pra que? Vamos decepcionar os jogadores antigos!"

¹² Post completo: <http://us.battle.net/sc2/pt/forum/topic/1827667988>

-Hellion - Endiabrado. Não acho endiabrado ruim, mas Hellion faz uma referência à Helios, Sol em grego. Se o nome da unidade fosse Hélio ou coisa parecida, não haveria nada de mais, né?

-Unidades Zergs - Era muito comum nos chats do SC BW chamarmos zerglings de lings, mas agora eles são zergnídeos, o que não me deixou muito frustrado, mas ao ver os nomes de outras unidades zergs, quase vomitei:

- Tatu-Bomba: Baneling. Sem comentários

- Hidralisk: Hidralisca. O mesmo aconteceu com Mutalisk que virou Mutalisca, custava deixar como estava? pra que adicionar uma letra a mais??

-Ultralisk: antes de comentar essa pérola da versão brasileira, queria parabenizar os tradutores responsáveis pelos Zergs, quanta criatividade! Fazer do Ultralisk um Mammutus??? Como assim? Isso é uma ofensa à Blizzard e seus desenvolvedores; como eu disse antes, provavelmente o coordenador do departamento de tradução nunca jogou SC." (Vattern, membro da Battle.net. 10 de janeiro de 2011)

Apesar da discordância em relação às opções domesticadoras, um detalhe relevante do discurso de Vattern é a referência à possível falta de experiência do tradutor em relação ao jogo em questão. Essa perspectiva é abordada por O'Hagan (2008) no artigo *Fan Translation Networks*, no qual o experimento realizado aponta que, apesar de não contar com uma vasta experiência técnica na área, o fã-tradutor tem uma grande sensibilidade estética relativa ao produto que consome; isso torna-o capaz de procurar soluções criativas e coerentes com o universo ficcional a ser transposto para uma língua e cultura estrangeiras.

Não há dúvida de que todos esses fatos implicam na necessidade de conscientizar as empresas em relação à possibilidade de diminuir a distância que separa tradutores e consumidores; além disso, reconhece-se a importância de se ouvir com atenção as opiniões e impressões do público alvo. Pois só assim será possível evitar que o público se afaste gradualmente dos produtos oficiais, a exemplo do que acontece hoje com a indústria fonográfica diante da explosão e universalização do compartilhamento de arquivos de música compactados em formato mp3.

5.0 Conclusão

A análise desses três casos indica que os modelos tradicionais de tradução encontram-se em um período de transição devido à participação cada vez mais intensa e influente dos consumidores em relação aos produtos que

estes escolhem adquirir. Essa situação abre margem, também, para a manifestação de criações dos próprios fãs, os quais passam a ser vistos como *prosumers* (Tapscott & Williams, 2006), uma junção de “consumidores” e “produtores”.

No contexto das redes sociais e da *Cultura de Convergência* surge, conseqüentemente, a possibilidade de os fãs não apenas interagirem com o tradutor através dos diversos canais de comunicação virtuais mas também de avaliarem e criticarem ativamente a tradução em seus processos de composição, finalização ou pós-publicação. Essa crítica se estende inclusive para o ambiente acadêmico e, desse modo, reaproxima a academia da cultura popular e das diversas operações que esta realiza sobre elementos dos diversos cânones literários e de obras mais contemporâneas como os jogos de videogame.

Assim, ampliam-se as dimensões e o campo de análise dos estudos tradutórios, uma vez considerado que pesquisas de recepção e análises das estratégias de tradução desses fãs podem ajudar a equilibrar escolhas relativas à domesticação; ou mesmo da estrangeirização dos múltiplos textos que transitam pelos espaços transmidiáticos contemporâneos.

Referências

- ECO, UMBERTO. (1984) Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage. Paper apresentado no Simpósio "Semiotics of the Cinema: The State of the Art", Toronto, Canadá.
- JENKINS, HENRY. (2006a) Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- Jenkins, HENRY. (2006b). Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture. New York: New York University Press.
- HOWE, JEFF. (2008). Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business. London: Random House.<
<http://www.bizbriefings.com/Samples/IntInst%20---%20Crowdsourcing.PDF>>
Acesso em: 29 setembro 2011.
- LEFEVERE, ANDRE. (1985) Why waste our time on rewrites? The trouble of interpretation and the role of rewriting in an alternative paradigm. Em: HERMANS, THEO (Ed.) The manipulation of literature: Studies in literary translation. London: Croom Helm, p. 215-243
- LOPES, REINALDO (2008). O verdadeiro problema com as traduções de O Senhor dos Anéis. Disponível em:
<<http://www.valinor.com.br/8188/>> Acesso em: 10 abril 2011.
- LOMMEL, ARLE. (2003) The localization industry primer. Disponível em:
<<http://www.ict.griffith.edu.au/~davidt/cit3611/LISAprimer.pdf>> Acesso em 27 setembro 2011.
- O'HAGAN, MINAKO (2008). Fan Translation Networks: An Accidental Training Environment? In Kearns, J. (ed). Em: Translator and Interpreter training: methods and debates. London: Continuum, pp. 158 – 183.

PRADO, RENATA ALVES. (2009) Fansub e Scanlation: caminhos da cultura pop japonesa de fã para a fã via web. Em: INTERCOM.

PYM, ANTHONY (2006) Localization, Training, and the Threat of Fragmentation.

SILVA, PATRÍCIA MARA DA. (2005) O senhor dos anéis: a tradutora na obra traduzida. Dissertação (mestrado) – UNESP – Universidade Estadual Paulista.

TAPSCOTT, D. & WILLIAMS, A. (2006) Wikinomics: how mass collaboration changes everything. New York: Portfolio.

VENUTI, LAWRENCE. (1995) *The Translator's Invisibility*. London and New York: Routledge.