

## EXPLORANDO NOVAS FORMAS DE TRADUÇÃO AUDIOVISUAL NA ERA DA MÍDIA DIGITAL: CIBERLEGENDAGEM E CIBERDUBLAGEM

### EXPLORING NEW FORMS OF AUDIOVISUAL TRANSLATION IN THE AGE OF DIGITAL MEDIA: CYBERSUBTITLING AND CYBERDUBBING



Rocío BAÑOS

Professora

University College London

Centre for Translation Studies (CenTras)

Londres, Reino Unido

<https://profiles.ucl.ac.uk/42623-roc%C3%ADo-ba%C3%B1os>

<https://orcid.org/0000-0002-3026-6737>

[r.banos@ucl.ac.uk](mailto:r.banos@ucl.ac.uk)

Jorge DÍAZ-CINTAS

Professor

University College London

Centre for Translation Studies (CenTras)

Londres, Reino Unido

<https://profiles.ucl.ac.uk/42769-jorge-diazcintas>

<https://orcid.org/0000-0002-1058-5757>

[j.diaz-cintas@ucl.ac.uk](mailto:j.diaz-cintas@ucl.ac.uk)

#### Traduzido por:

Fernanda da Silva Góis COSTA

Doutoranda

Universidade Federal da Bahia

Instituto de Letras

Programa de Pós-Graduação em

Língua e Cultura

Salvador, Bahia, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/4443628036930956>

56

<https://orcid.org/0000-0002-6121-1106>

[fernanda.gois@ufba.br](mailto:fernanda.gois@ufba.br)

Amanda Hora da SILVA

Graduada em Letras / Inglês

Universidade Federal da Bahia

Instituto de Letras

Salvador, Bahia, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/9524847623967215>

15

<https://orcid.org/0009-0002-7595-9200>

[amandahs@ufba.br](mailto:amandahs@ufba.br)

Paulo Henrique Santos NUNES

Mestre

Universidade Federal da Bahia

Instituto de Letras

Programa de Pós-Graduação em

Língua e Cultura

Salvador, Bahia, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/6312790721276467>

67

<https://orcid.org/0000-0002-6700-0027>

[p.nunes@ufba.br](mailto:p.nunes@ufba.br)

1

**Resumo:** A prevalência e popularidade do conteúdo audiovisual atualmente resultaram em uma ampla gama de práticas que foram categorizadas, na pesquisa em Tradução Audiovisual (TAV), como exemplos de tradução feita por fãs, tradução amadora, *crowdsourcing* ou tradução colaborativa, entre outras. Embora algumas práticas possam ser incluídas nessas categorias, outras formas de TAV que surgiram recentemente não são tão claramente definidas. Diante desse cenário, este artigo explora as incertezas conceituais em torno dessas novas práticas de TAV, com enfoque em dublagem e legendagem, revisitando o trabalho realizado pelo autor e pela autora, que anteriormente sugeriram o uso dos termos abrangentes “ciberlegendagem” e “ciberdublagem”. Além de apresentar uma classificação revisada, o artigo enfatiza a necessidade de explorar as consequências sociais e éticas mais amplas dessas atividades tradutórias inovadoras. No que diz respeito às implicações éticas, práticas altruístas e realizadas por fãs são as mais propensas a sofrer exploração, muitas vezes porque algumas organizações imitam comportamentos corporativos, mas dependem de trabalho gratuito, sem qualquer compensação financeira ou reconhecimento para aqueles/as envolvidos/as nessas atividades. O artigo também conclui que é necessário realizar mais pesquisas críticas para desvendar o impacto dessas práticas no papel da tradução como uma atividade socioprofissional.

**Palavras-chave:** Ciberlegendagem. Ciberdublagem. Tradução Audiovisual. Tradução Colaborativa. *Fakesubs*. Dublagem paródica.



Este é um artigo em acesso aberto distribuído nos termos da *Licença Creative Commons* Atribuição que permite o uso irrestrito, a distribuição e reprodução em qualquer meio desde que o artigo original seja devidamente citado.

*This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original article is properly cited.*

---

**Abstract:** *The prevalence and popularity of audiovisual content in the current times has resulted in a wide range of practices which have been categorised within audiovisual translation (AVT) research as examples of fan translation, amateur translation, crowdsourcing or collaborative translation, among others. While some practices can be included under these categories, other forms of AVT that have recently emerged are not as clear-cut. Against this backdrop, this article explores the conceptual uncertainties surrounding these new AVT practices, with a focus on dubbing and subtitling, by revisiting the work carried out by the authors, who have previously suggested the use of the umbrella terms ‘cybersubtitling’ and ‘cyberdubbing’. In addition to providing a revised classification, the paper emphasises the need to explore the wider social and ethical consequences of these innovative translational activities. As regards ethical implications, altruist and fan practices are the ones most exposed to malpractice, often because some organisations emulate corporate behaviour but rely on free labour, without any financial retribution or credit towards those involved in these activities. The article also concludes that more critical research should be conducted to unravel the impact of these practices on the role of translation as a socio-professional activity.*

**Keywords:** *Cybersubtitling. Cyberdubbing. Audiovisual Translation. Collaborative Translation. Fakesubs. Parodic Dubbing.*

---

## EXPLORANDO NOVAS FORMAS DE TRADUÇÃO AUDIOVISUAL NA ERA DA MÍDIA DIGITAL: CIBERLEGENDAGEM E CIBERDUBLAGEM<sup>1</sup>

Ninguém pode negar a profunda influência que o conteúdo audiovisual exerce sobre os públicos ao redor do mundo, nem o fato de que muitas pessoas, empresas e organizações têm escolhido vídeos como método preferido para se comunicar globalmente. Grande parte dessas interações ocorre on-line, não apenas por meio de plataformas de streaming como Netflix, Disney+ ou iQiyi, mas também por sites de compartilhamento de vídeos como YouTube e Bilibili, plataformas de redes sociais como TikTok ou Instagram e, especialmente desde a pandemia de COVID-19, por plataformas de videoconferência como Skype ou Zoom.

Uma parte significativa desse conteúdo on-line é traduzida e/ou transcrita, seja seguindo processos tradicionais, isto é, de forma profissional e comercial, ou de maneiras menos convencionais, muitas vezes sem remuneração. Essas últimas práticas resultaram em uma grande diversidade de abordagens que, recentemente, foram categorizadas na pesquisa em TAV como exemplos de tradução realizada por fãs (Díaz-Cintas & Muñoz Sánchez, 2006), tradução amadora (Bogucki, 2009), *crowdsourcing* (O'Hagan, 2012), tradução colaborativa (Fan, 2020), tradução não profissional (Antonini & Bucaria, 2016), entre outras.

Embora possamos facilmente identificar exemplos de práticas de TAV que podem ser categorizadas como exemplos de *crowdsourcing* (como as legendas criadas para palestras *TED Talks*)<sup>2</sup> ou tradução feita por fãs (como a tradução de séries de animes que não foram licenciadas em países específicos), outros exemplos disponíveis on-line não são definidos tão claramente. Por exemplo, algumas práticas de tradução são conhecidas pelos termos *fansubbing* ou *fandubbing*, ainda que não sejam mais realizadas por “fãs” e apresentem diferenças consideráveis em relação às suas origens nos anos 1980. De maneira similar, essas práticas nem sempre são amadoras: profissionais de TAV também podem traduzir de forma voluntária ou se envolver com a tradução de material audiovisual para promover seus serviços, sem receber qualquer compensação financeira direta. Além disso, embora tanto as traduções feitas por fãs quanto as práticas de *crowdsourcing* de TAV sejam geralmente vistas como formas de tradução colaborativa on-line, algumas dessas iniciativas podem ser bastante individualistas, com seus/suas criadores/as atuando de maneira independente e buscando reconhecimento pessoal em vez de coletivo. Como resultado, as entradas em manuais e enciclopédias recentes sobre TAV tentaram esclarecer o uso de termos como *fansubbing*,

---

*fandubbing* ou TAV colaborativa (Dwyer, 2018; Baños, 2020; Fan, 2020; Massidda, 2020), e alguns/mas estudiosos/as que atuam nessa área recentemente evidenciaram a necessidade de criar novos termos que possam acomodar novas práticas e realidades (Díaz-Cintas, 2018; Baños, 2019).

Neste contexto, este artigo busca esclarecer as incertezas conceituais em torno das novas formas de TAV que surgiram na era da mídia digital, com enfoque na dublagem e na legendagem. Para isso, são revisitados alguns trabalhos realizados pelo autor e pela autora, que anteriormente sugeriram o uso dos termos abrangentes “ciberlegendagem” (Díaz-Cintas, 2018) e “ciberdublagem” (Baños, 2019) para refletir de forma mais ampla as diversas variedades de legendas e dublagens encontradas hoje na internet, especialmente em contextos não profissionais e não comerciais. Essas publicações também propõem classificações detalhadas derivadas desses dois conceitos principais, que serão exploradas mais a fundo na tentativa de revisar a nomenclatura inicial, além de relacioná-las a meta-conceitos amplamente utilizados na literatura existente. As taxonomias são apoiadas por exemplos extraídos da internet, não apenas para fornecer uma visão detalhada da diversidade de práticas disponíveis atualmente, mas também para estabelecer conexões com atividades semelhantes em outras modalidades da tradução. Por fim, o artigo destaca a necessidade de explorar mais profundamente as consequências sociais e éticas decorrentes dessas práticas inovadoras, como a possibilidade de serem consideradas exploratórias, conforme argumenta Zwischenberger (2022; 2023) no caso do *crowdsourcing* de tradução para organizações com fins comerciais.

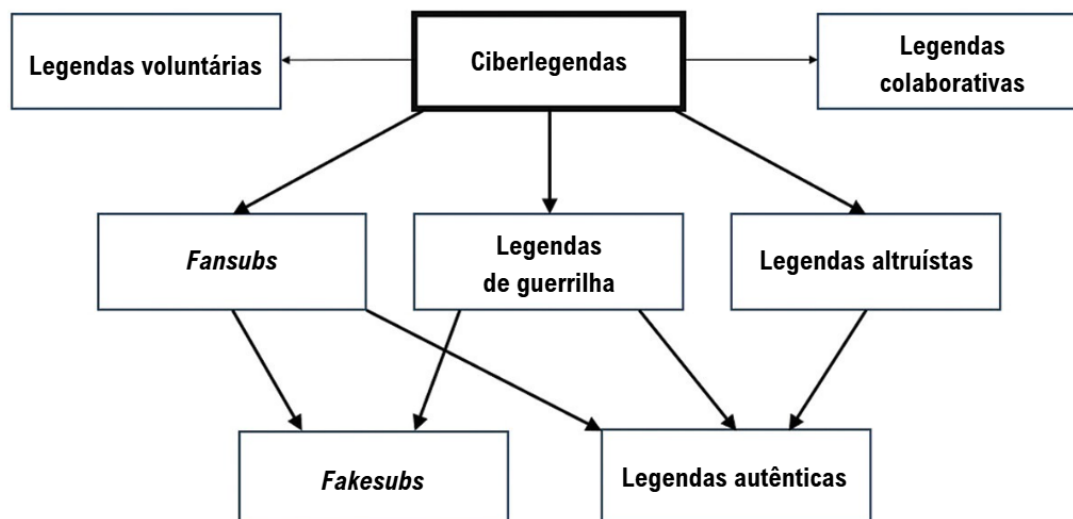
### **Conceituando e classificando as práticas de ciberlegendagem e ciberdublagem**

O termo “ciberlegendagem” (Díaz-Cintas, 2018) foi cunhado com o objetivo de classificar e categorizar, de forma mais abrangente, a infinidade de novos tipos de legendagem que surgiram no cenário midiático nas últimas décadas, com atenção especial ao seu impacto na disseminação da cultura popular e às relações intrínsecas que se estabelecem entre produtores/as audiovisuais, conteúdo, distribuidores e público. As ciberlegendas podem ser solicitadas por comunidades de redes colaborativas — ou seja, feitas via *crowdsourcing* — ou produzidas voluntariamente, e os/as envolvidos/as em sua produção podem ser tanto amadores/as quanto profissionais.

Conforme ilustrado na Figura 1, extraída de Díaz-Cintas (2018, p. 133), três principais tipos de legendas podem ser identificados dentro da categoria central de ciberlegendas: (1)

“fansubs”, (2) “legendas de guerrilha” e (3) “legendas altruístas”.

**Figura 1** - Classificação original das ciberlegendas (Díaz-Cintas, 2018, p. 133).



Fonte: Adaptado de Díaz-Cintas (2018, p. 133).

Os *fansubs*, em geral, são produzidos por comunidades de fãs que criam e disponibilizam livremente legendas na internet de forma voluntária, ao contrário das legendas oficiais e comerciais feitas por profissionais. Esse fenômeno surgiu na tradução de animes (O’Hagan, 2009), iniciada nos anos 1980, e foi impulsionado pelo conceito de produção “de fãs para fãs”. No entanto, nos últimos anos, o fenômeno passou por uma transformação, e pode ser mais adequadamente descrito como “de fãs para todos/as”. No contexto italiano, Massidda (2020) refere-se a essa mudança como uma segunda onda do *fansubbing*, que ganhou força no novo milênio, acompanhando a chamada era de ouro das séries de TV, majoritariamente de origem estadunidense. Esse período foi marcado por conglomerados de mídia “investindo grandes quantias de dinheiro em projetos ambiciosos de produtores e diretores renomados” (Massidda, 2015, p. 114).<sup>3</sup> As comunidades de *fansubbing* escolhem quais textos irão traduzir, priorizando programas de entretenimento por razões recreativas. Seguindo fluxos de trabalho semelhantes aos do mercado profissional, elas assumem todas as etapas técnicas e linguísticas próprias do processo de legendagem, assim como se comprometem com a distribuição do material. Além disso, o *fansubbing* “pode se manifestar na forma de sites agregadores ou conglomerados on-line” (Massidda, 2020, p. 190)<sup>4</sup>, como os sites *Addic7ed.com* e *OpenSubtitles.com*, que disponibilizam arquivos de legendas produzidos por diferentes comunidades de fãs para serem utilizados com os vídeos que circulam ilegalmente na internet.

---

Como um sinônimo de “legendas ativistas”, o termo “legendas de guerrilha”<sup>5</sup> tomado emprestado de Dwyer (2017, p. 110) para se referir a legendas produzidas individualmente ou em grupos fortemente engajados em causas sociopolíticas para promover suas pautas, desafiando práticas hegemônicas na sociedade. Grupos como *AJ+*,<sup>6</sup> *J’ai un doute*<sup>7</sup> e *Hartos.org*<sup>8</sup> são exemplos desse tipo de prática, que visam combater a censura e o conformismo predominante ao espalhar certas narrativas que contra-argumentam a verdade relatada pela poderosa mídia de massa. Quanto à terceira categoria, as “legendas altruístas” são uma versão menos combativa dessas iniciativas. Normalmente solicitadas, elas são realizadas por pessoas com forte afinidade com o projeto, como no caso da *Khan Academy*<sup>9</sup> e a plataforma *TED*, já mencionada anteriormente, ambas voltadas à educação.

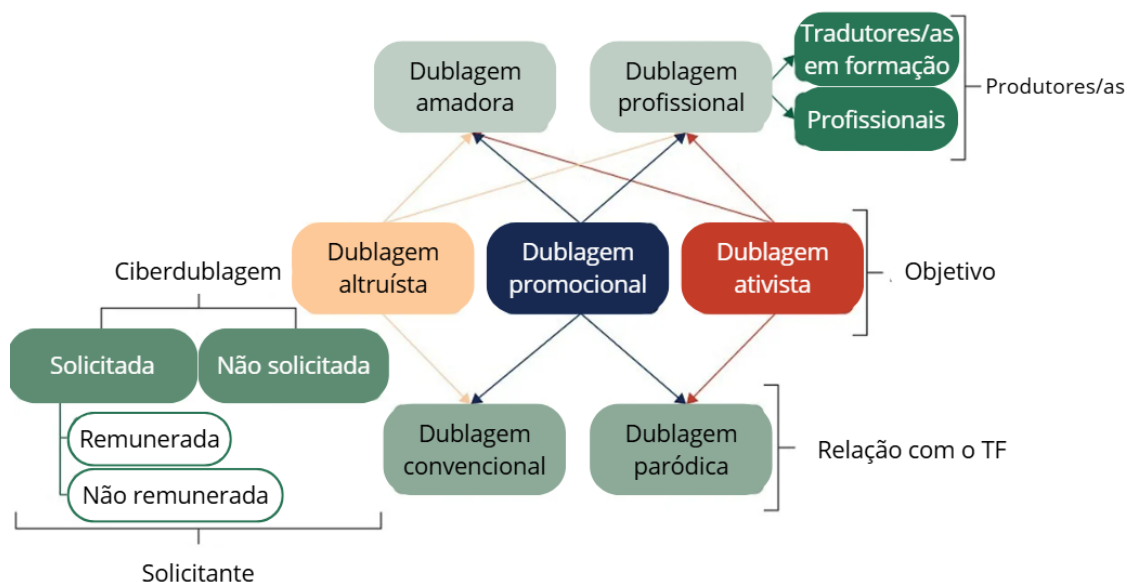
Essas três categorias podem ser classificadas tanto como legendas autênticas, quando se adaptam à intenção criativa e à formulação linguística do texto original, quanto como *fakesubs*. Este último termo se refere a uma tendência recente em que as legendas se afastam intencionalmente da mensagem original, geralmente com um propósito humorístico. Exemplos icônicos de *fakesubs* incluem as inúmeras paródias do filme alemão *Der Untergang* (“A Queda! As Últimas Horas de Hitler”, em português), dirigido por Oliver Hirschbiegel em 2004, e as chamadas “legendas honestas” criadas pela BBC para o programa *The Apprentice*<sup>10</sup> (“O Aprendiz”, em português), onde os/as espectadores/as são incentivados/as a acionar as legendas para descobrir não o que os/as participantes estão dizendo, mas sim o que realmente estão pensando.

Seguindo uma abordagem semelhante, a ciberdublagem é classificada por Baños (2019) em três categorias: “promocionais”, “políticas ou ativistas” e “altruístas”. A dublagem promocional é realizada para divulgar o material dublado e/ou o próprio ato de dublar. O *fandubbing*, entendido como um termo “que engloba práticas de dublagem colaborativas e co-criativas realizadas por usuários/as da internet que demonstram um engajamento emocional positivo com a cultura audiovisual popular” (Baños, 2020, p. 223), se encaixa nessa categoria. Portanto, isso inclui exemplos de dublagens feitas por fãs de animes indisponíveis ou de difícil acesso às versões dubladas, além de exemplos mais recentes de dublagens amadoras de vídeos de canais populares no YouTube. Essa categoria também atende às práticas realizadas por profissionais, como a edição e localização do jogo *Grand Theft Auto* por um grupo de dubladores/as profissionais da Espanha, discutida em Baños (2019).

Os/As “ciberdubladores/as” ativistas utilizam essas práticas com o objetivo de instigar algum tipo de mudança social ou política, explorando recursos retóricos como crítica, sátira e paródia, fenômeno que alguns passaram a chamar de “risoativismo” (*laughtivism*, em inglês) (Popovic & McClennen, 2020). Por fim, embora a ciberdublagem altruísta não seja tão difundida quanto a ciberlegendagem altruísta, plataformas como a *Khan Academy* também se beneficiam dessas práticas, com vídeos educacionais traduzidos e redublados por voluntários/as do inglês para o espanhol ou francês, por exemplo. Voltada para crianças e adolescentes e com uso frequente de gráficos e texto na tela, a dublagem pode ser mais eficaz do que a legendagem, pois permite que os/as espectadores/as recebam informações linguísticas simultaneamente por mais de um canal — auditivo e visual —, sendo uma opção adequada para crianças mais novas. A ciberdublagem abrange não apenas o sincronismo labial, na qual a trilha de áudio original é substituída por uma nova contendo a tradução do diálogo original, mas também casos que envolvem outros modos de *revoicing*, como *voice-over*, *lector dubbing*<sup>11</sup> e comentário livre, nos quais a trilha de áudio original ainda pode ser ouvida em segundo plano.

Conforme ilustrado na Figura 2, extraída de Baños (2019, p. 155), além dessas três categorias principais, são estabelecidas subclassificações adicionais com base em fatores como quem é o/a solicitante (práticas encomendadas vs. não encomendadas), quem são os/as produtores/as (amadores vs. não amadores) e a relação com o texto-fonte (paródica vs. convencional).

**Figura 2** - Classificação original das ciberdublagens (Baños, 2019, p. 155).



Fonte: Adaptado de Baños (2019, p. 155).

---

As denominações e classificações acima foram inicialmente concebidas com o objetivo de categorizar e ampliar a compreensão sobre algumas das novas práticas on-line que surgiram e passaram a questionar os modelos convencionais e oficiais da tradução audiovisual. A ciberlegendagem e a ciberdublagem desenvolvem-se em paralelo à circulação tradicional da mídia audiovisual, que depende de estratégias corporativas, sendo frequentemente desregulamentadas e livres de pressões comerciais. Elas exemplificam o que Jenkins (2009, p. 29) chama de “cultura da convergência”, um espaço “onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”<sup>12</sup>.

Como previsto pelo autor, enquanto muitas empresas de mídia resistem a essas práticas — por exemplo, processando comunidades de *fansubbers* ou sites que disponibilizam material legendado por fãs, ou denunciando ciberdublagens e ciberlegendas no YouTube como ilegais —, outras as incorporaram às suas próprias plataformas. O efeito viral e o sucesso da dublagem paródica e das *fakesubs* levaram essas práticas ao centro do cenário midiático tradicional, sendo utilizadas até mesmo por grandes emissoras e plataformas de streaming, como BBC e Netflix, entre outras.

A BBC, por exemplo, lançou em 2020 a série de comédia *Raiders of the Lost Archives*, que foi ao ar até 2022 e foi promovida com a seguinte descrição: “Algumas das mentes escocesas mais engraçadas exploram a fundo os arquivos da BBC Escócia para nos trazer uma releitura única da história e cultura escocesa nesta série de documentários satíricos, utilizando imagens antigas com novas narrações cômicas”.<sup>13</sup> Já a Netflix utilizou uma dublagem paródica para promover a série *Narcos* na Espanha. O vídeo foi produzido por dublador e YouTuber espanhol, conhecido por publicar dublagens paródicas em seu canal, *El canal de Korah* (@ElcanaldeKorah).

A criação desses termos atendeu à percepção de que as nomenclaturas existentes não eram capazes de abranger completamente a complexidade da multiplicidade de práticas encontradas na internet. Os conceitos que enfatizam a natureza amadora de algumas práticas (por exemplo, tradução de fãs, amadora ou não profissional) poderiam ser amplos o suficiente para englobar todos os tipos de legendas e dublagens existentes, se não fosse pelo fato de que algumas também são produzidas por profissionais ou tradutores/as em treinamento. Nesse mesmo sentido, a tradução colaborativa (Jiménez-Crespo, 2017) poderia ser aplicada a ciberdublagem e ciberlegendagem em alguns contextos, mas não em todos. Legendas encomendadas por plataformas como TED e dublagens solicitadas pela *Khan Academy* são

exemplos claros de *crowdsuiting* e *crowddubbing*, respectivamente. Essas práticas também são comuns em outros contextos audiovisuais, com criadores/as de conteúdo, como YouTubers, pedindo aos/às seguidores/as e fãs que colaborem com suas legendas e disponibilizem um feedback sobre o material dublado existente, como é o caso do canal do YouTube *The Amoeba Sisters* (Baños, 2023). No entanto, muitas ciberlegendas e ciberdublagens são criadas de maneira autônoma e sem que sejam solicitadas, especialmente no caso de *fandubbing* e *fansubbing*, onde alguns grupos permitem que o público decida qual será o próximo conteúdo que eles gostariam de ver legendado ou dublado. Algumas práticas até mesmo combinam essas duas abordagens, como explica Dwyer (2017; 2018) no caso da Viki Global TV (atualmente Rakuten Viki),<sup>14</sup> uma plataforma com fins comerciais que continuamente aceita a participação do público. No entanto, o gerenciamento do conteúdo e dos canais fica majoritariamente a cargo dos/as próprios colaboradores/as, e todo o projeto é sustentado pelo apreço dos/as fãs por determinados títulos e gêneros midiáticos (Dwyer, 2018).

As possibilidades oferecidas pela tecnologia digital, a chamada democratização tecnológica, e a transição da internet estática para a dinâmica provocaram novas mudanças na produção e circulação de legendas e dublagens. Criadas pelos/as próprios/as usuários/as, essas práticas servem para expressar suas preferências, promover determinado conteúdo audiovisual ou até mesmo (des)informar. Muitos desses produtos são manifestações da tradução gerada pelo/a usuário/a, definida por O'Hagan (2009, p. 97) como “uma ampla gama de tradução, realizada por meio da participação livre dos/as usuários/as em espaços de mídia digital, nos quais a tradução é conduzida por indivíduos não especificados que se auto selecionam”<sup>15</sup>. O termo “conteúdo gerado pelo usuário” (Wyrwoll, 2014), bem como outras denominações relacionadas, como “profissional-amador” (Leadbeater & Miller, 2004) ou “produtor-consumidor” (Tapscott & Williams, 2006), enfatizam o papel do público como participantes ativos, socialmente conectados e profundamente engajados na produção, consumo e distribuição da mídia digital, o que pode envolver a tradução. Como discutido por Zwischenberger (2022), à medida que resulta do conceito de conteúdo gerado pelo usuário, a tradução gerada pelo/a usuário/a deveria excluir conteúdos criados com fins comerciais — o que nem sempre ocorre com as ciberlegendas e ciberdublagens. Além disso, embora essas práticas possam ser consideradas exemplos de tradução colaborativa on-line (Jiménez-Crespo, 2017; Zwischenberger, 2022), seus/suas usuários/as também podem produzir suas próprias legendas e dublagens de maneira independente e pouco estruturada, sem

---

necessariamente participar de um processo colaborativo.

A discussão até aqui evidenciou a necessidade de uma classificação reformulada que consiga abarcar a diversidade da TAV disponível na internet. A partir de uma análise retrospectiva, a próxima seção investigará a pertinência dessa nova classificação, considerando tanto a maneira como as anteriores têm sido utilizadas por outros/as pesquisadores/as quanto sua capacidade de incorporar as novas práticas e tendências que emergem no cenário midiático em constante transformação.

### **Práticas de ciberlegendagem e ciberdublagem: uma classificação revisada**

Com base nas informações disponibilizadas pelo Google Acadêmico em janeiro de 2023 sobre as citações das publicações que apresentaram as classificações mencionadas (Baños, 2019; Díaz-Cintas, 2018), observa-se que os termos ciberlegendagem e ciberdublagem, assim como suas respectivas subcategorias, têm sido adotados por pesquisadores/as, especialmente no contexto da análise de práticas como *fansubbing* e *fandubbing*. Vazquez-Calvo (2022, p. 230) considera a classificação de ciberlegendas proposta por Díaz-Cintas como esclarecedora e inspiradora, argumentando que “pode ser expandida para a tradução amadora em espaços digitais”<sup>16</sup>. No entanto, ele discorda do uso do prefixo “ciber-”, argumentando que “isso pode levar a pensar em uma distinção inequívoca entre o on-line e o off-line [...] ou a ignorar erroneamente a existência do trabalho de fãs na era pré-digital” (Vazquez-Calvo, 2022, p. 230)<sup>17</sup>. De maneira semelhante, ao discutir a *fandubbing*, Zhang e Vazquez-Calvo (2022, p. 197–198) argumentam que, embora:

a escolha do prefixo “ciber-” possa parecer ligeiramente obsoleta para representar a integração do digital nas atividades cotidianas e a crescente hibridização de espaços e práticas, o que se destaca é a conexão da *fandubbing* com a cultura popular [...] e com as comunidades de fãs. (Zhang & Vazquez-Calvo, 2022, p. 197–198, tradução nossa)<sup>18</sup>

De fato, as fronteiras entre os espaços digitais e não digitais são bastante vagas, e os termos não devem ser encarados como dicotômicos. O prefixo “ciber-” enfatiza que as possibilidades proporcionadas pela tecnologia digital e o avanço da interconectividade na internet entre seus/suas usuários/as — ou *netizens*<sup>19</sup> — possibilitaram o surgimento da ciberlegendagem e da ciberdublagem. Essas atividades deram origem a novas comunidades

---

BAÑOS, Rocío; DÍAZ-CINTAS, Jorge. Explorando novas formas de tradução audiovisual na era da mídia digital: ciberlegendagem e ciberdublagem. *Revista Belas Infêis*, Brasília, v. 14, n. 2, p. 01-26, 2025. e-ISSN: 2316-6614. DOI: 10.26512/belasinfieis.v14.n2.2025.57477

---

de prática e a grupos coletivos que compartilham objetivos semelhantes, dependem da afinidade e afeto dos seus/suas produtores/as, operam predominantemente sem fins lucrativos, fora das diretrizes da indústria, e, no caso em questão, têm em comum o interesse na tradução de conteúdos audiovisuais. Em consonância com as reflexões de Zwischenberger (2022, p. 7), o propósito central dessa denominação foi sugerir um meta-conceito que englobasse “todas as formas das novas maneiras de realizar tradução [audiovisual] on-line”<sup>20</sup>, frequentemente situadas fora dos contextos comerciais e profissionais. Considerando a evolução do *fandubbing* e do *fansubbing* desde seu surgimento na década de 1980, argumenta-se que, embora a influência da tecnologia e da internet nessas práticas seja inegável, elas não podem ser reduzidas a uma mera tendência tecnológica. Assim, torna-se necessário conceituá-las de forma a destacar o contexto sociocultural em que tiveram origem e se desenvolveram ao longo do tempo.

Neste artigo, o prefixo “ciber-” não se limita a enfatizar a conexão entre espaços digitais e interação humana, destacando a integração da tecnologia na TAV, como isso já caracteriza a maioria das práticas da área em todo o mundo. Mais importante ainda, ajuda a distinguir fenômenos e processos da tradução e distribuição que ocorrem paralelamente às práticas convencionais e comerciais da TAV, e que são exclusivamente estimuladas pelas potencialidades do ciberespaço. Assim, as práticas de ciberlegendagem e ciberdublagem, prosperam e são alimentadas pelo ciberespaço, compreendido como um ambiente eletrônico complexo que permite a interação entre usuários/as de computadores em escala global, para se comunicarem entre si ou acessarem informações para qualquer propósito.

Em nossa perspectiva, os adjetivos “digital” e “on-line”, que poderiam ter sido utilizados para definir essas práticas, são excessivamente abrangentes, no sentido de que também incluem práticas comerciais, especialmente desde o advento das plataformas de streaming por assinatura e serviços *over-the-top*<sup>21</sup>. Em sua origem na década de 1990, conforme discutido por Bussell (2013, on-line), o ciberespaço estava estreitamente ligado à cultura popular e “foi utilizado para descrever o ‘local’ no qual as pessoas interagiam enquanto usavam a internet”<sup>22</sup>. Ao citar como principais exemplos os jogos on-line e salas de bate-papo, o autor destaca a ludicidade e a interação como dois dos atributos fundamentais do ciberespaço, que também definem práticas como a ciberlegendagem e a ciberdublagem. Para Bussell (2013, on-line), outra característica capaz de definir o ciberespaço é o fato de que ele se tornou “um local importante para discussão social e política”<sup>23</sup>, alinhando-se, assim, com o crescimento de práticas altruístas e ativistas que observamos na ciberdublagem e

---

ciberlegendagem.

Vazquez-Calvo (2022, p. 230) também argumenta que distinguir entre *fansubs*, legendas de guerrilha e legendas altruístas não é uma tarefa fácil, dado que essas categorias podem se sobrepor em seus escopos, e então propõe que a tríade “‘fã-guerrilha-altruísta’ deve ser entendida como um processo contínuo”<sup>24</sup>, Tal abordagem é especialmente bem-vinda, pois confere fluidez à taxonomia, uma tentativa que também foi feita na revisão e categorização adicional proposta por Baños (2019), que considera aspectos como objetivo, produtores/as, solicitantes e a relação com o texto-fonte (Figura 2).

Indiscutivelmente, categorizar atividades empíricas é desafiador. Por exemplo, em seu estudo sobre o uso da dublagem amadora por crianças hospitalizadas na Itália como um meio de lidar com a dor e o sofrimento, Dore e Vagnoli (2021) argumentam que essa prática pode ser incorporada à categoria de dublagem altruísta. No entanto, considerando que crianças e adolescentes usam a dublagem nesse experimento como uma forma de entretenimento, e não necessariamente para contribuir de forma altruísta para um projeto, pode-se argumentar que isso pode ser considerado uma forma de dublagem promocional. Apesar da referência à classificação de Baños (2019) e da reflexão sobre sua utilidade, as autoras preferem usar o termo “dublagem amadora” ao longo do texto, destacando assim a impossibilidade de criar uma classificação categórica que se encaixe em todos os contextos e seja aceita por todos/as os/as estudiosos/as da área.

De forma semelhante, em um projeto destinado a avaliar os benefícios da ciberdublagem e da ciberlegendagem (especialmente dublagem paródica e *fakesubs*) na aprendizagem de línguas estrangeiras, Talaván (2019, p. 54) prefere usar os termos “dublagem criativa” e “legendagem criativa”, entendidos como “a manipulação ou adaptação criativa do texto original em uma tradução falsa [...] que produz algum tipo de efeito humorístico no público”<sup>25</sup>. Embora reconheça a utilidade da classificação de Díaz-Cintas (2018) e a necessidade de integrar a ciberdublagem e a ciberlegendagem na sala de aula de línguas estrangeiras — uma vez que representam novas manifestações on-line de produção e consumo de conteúdo audiovisual com as quais os/as estudantes estão familiarizados/as,— Talaván (2019) justifica sua escolha por termos diferentes como uma tentativa “de tornar a proposta didática mais neutra em termos pedagógicos e facilmente compreensíveis para estudantes iniciantes na TAV” (Talaván, 2019, p. 54)<sup>26</sup>.

Ainda que o termo “criativo” tenha sido empregado em contextos semelhantes, não exclusivamente para se referir às dublagens paródicas (McClarty, 2014 & Ávila-Cabrera,

---

2022), as definições disponibilizadas em publicações recentes sobre TAV criativa e acessibilidade midiática são mais amplas, incluindo práticas comerciais e oficiais de TAV e acessibilidade midiática (Romero-Fresco, 2021; Romero-Fresco & Chaume, 2022). O risco de utilizar essa terminologia, no entanto, reside no impacto negativo que pode exercer sobre as outras práticas exploradas na indústria da TAV, que poderiam ser entendidas como triviais, pouco imaginativas e não criativas.

O entrelaçamento previamente mencionado entre a dublagem promocional e a altruísta também questiona a adequação da denominação “promocional”, uma vez que sugere interesses comerciais. Seguindo a proposta de Díaz-Cintas (2018), o termo “*fandubbing*” poderia ter sido utilizado por Baños (2019), mas foi descartado devido às conotações da palavra “fã” e às associações frequentes entre as práticas amadoras e de fãs. No entanto, se o *fandubbing* for entendido de maneira mais ampla, como um conceito que abrange as práticas de dublagem colaborativas realizadas por membros da comunidade on-line que demonstram um envolvimento emocional com a cultura audiovisual popular, como argumentado em Baños (2020), pode se mostrar ser mais apropriado e menos problemático do que “dublagem promocional” em um contexto de ciberdublagem. Essa nova proposta é incorporada na classificação revisada, ilustrada na Figura 3, que integra as categorizações adicionais incluídas em Baños (2019), bem como uma distinção entre legendagem/dublagem interlinguística e intralinguística. Isso é feito em conformidade com sugestões de Zhang e Vazquez-Calvo (2022, p. 201), que argumentam que:

13

Com o objetivo de explicar as práticas de fandubbing para um público mais amplo na Linguística Aplicada e a partir de uma perspectiva sociocultural, achamos interessante complementar as variáveis de Baños com conceitos como (1) tipo de tradução (interlinguística ou intralinguística), (2) direcionalidade (se interlinguística, a dublagem pode implicar tradução direta ou inversa) ou (3) trabalho transemiótico (se há alguma reinterpretação ou reformulação dos aspectos não verbais que cercam o texto a ser dublado). (Zhang & Vazquez-Calvo, 2022, p. 201, tradução nossa)<sup>27</sup>

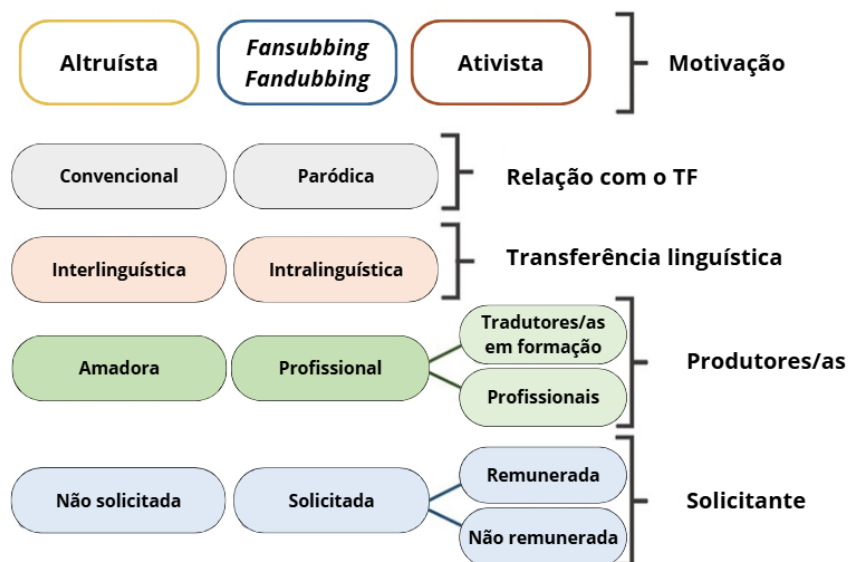
Ainda que as outras distinções propostas por esses/as autores/as sejam, de fato, interessantes e revelem as complexidades de tais práticas, assim como o nível de análise que pode ser realizada, elas não foram incorporadas, pois podem ser pertinentes apenas em alguns contextos limitados. Ainda assim, pesquisadores/as podem considerar essas distinções em

suas análises de ciberdublagens e ciberlegendagens.

Para concluir esta seção, incluímos uma figura com uma revisão das classificações originalmente propostas em Díaz-Cintas (2018) e Baños (2019), unificadas em uma única taxonomia de classificação que abrange tanto a dublagem quanto a legendagem.

**Figura 3** - Classificação revisada da ciberlegendagem e da ciberdublagem.

### Práticas da ciberlegendagem e ciberdublagem



Fonte: Adaptado de Díaz-Cintas (2018) e Baños (2019).

Conforme ilustrado na Figura 3, a motivação por trás dessas práticas as diferencia de outras formas de dublagem e legendagem, que estão muito propensas a atender às pressões comerciais. Para garantir clareza e uniformidade, a terminologia anteriormente empregada foi padronizada. Por exemplo, embora o termo “*fakesubs*” seja amplamente utilizado pelos/as *netizens* (particularmente por fãs de K-pop) e por alguns acadêmicos (Jiang, 2020) para se referir a legendas que se distanciam do conteúdo original, o termo “paródico” foi o mais adequado com base no fato de que geralmente não há intenção de enganar o público (ou seja, o que é “falso” é a informação transmitida, e não as legendas ou dublagens em si) e para enfatizar a natureza cômica dessas produções. Além disso, o termo “*fakedubbing*” corre o risco de causar confusão especialmente devido ao surgimento de práticas como *deepfakes*, que envolvem o uso de inteligência artificial para manipular os movimentos labiais dos/as personagens na tela. Embora essa tecnologia já esteja disponível comercialmente (Flawless)<sup>28</sup> e que também tenha sido usada com fins paródicos (por exemplo, no programa de notícias satírico espanhol *El Intermedio*), seu futuro na indústria de dublagem ainda é incerto.

---

Essa classificação é proposta dentro de um contexto acadêmico para contribuir com a análise, exploração e categorização da vasta gama de legendas e dublagens disponíveis on-line atualmente. Embora a terminologia empregada por outros/as autores/as possam diferir das denominações mencionadas acima, tornando esse debate terminológico ainda mais complexo, a divisão das atividades deve permanecer relativamente estável. Por exemplo, alguns grupos de *fandubbing* evitam incluir o termo “fã” ao divulgar e apresentar seu trabalho, possivelmente devido ao estigma associado a esse termo e às atividades de fãs na tentativa de enfatizar que alguns/as de seus/suas integrantes não são “apenas” amadores/as ou fãs. Nesses casos, a atividade pode ser descrita como dublagem independente ou não oficial (Baños, 2019, p. 153). Da mesma forma, ao analisar o trabalho da famosa fã dubladora espanhola Miree<sup>29</sup>, Zhang e Vazquez-Calvo (2022, p. 207) explicam que ela prefere usar o termo “versão Espanhola” ao invés de “*Fandub* Espanhola”, o que pode ser interpretado como uma estratégia para alcançar um público mais amplo. Apesar da adequação dessas expressões, os exemplos destacam que, assim como no caso da nomenclatura adotada pelos/as pesquisadores/as, as alternativas terminológicas impulsionadas pelos/as *netizens* atendem a diferentes motivações e também merecem uma investigação mais aprofundada.

15

### **Consequências sociais e éticas das práticas de ciberlegendagem e ciberdublagem**

Como sugere Zwischenberger (2022, p. 11), questões éticas devem ser exploradas não apenas a partir de uma perspectiva deontológica, mas também sob o ponto de vista da ética consequencialista, com enfoque na “aceitabilidade moral das consequências (de longo prazo) das ações, incluindo aquelas que não são imediatamente aparentes”<sup>30</sup>. As práticas da ciberlegendagem e da ciberdublagem vêm causando um impacto significativo em diferentes aspectos da sociedade, influenciando e questionando as práticas oficiais e comerciais da TAV. O *fansubbing* trouxe à tona uma marcante discrepância entre as convenções tradicionais da legendagem, tanto em termos de conteúdo quanto de layout, e aquelas aplicadas por comunidades on-line, que, em alguns casos, estão “mais sintonizadas com as necessidades do público digital” (Massidda, 2020, p. 191)<sup>31</sup>. Em resposta direta à velocidade de produção das legendas criadas pelos/as *fansubbers*, grandes corporações e distribuidoras reduziram o intervalo de tempo entre o lançamento dos materiais audiovisuais original e suas versões localizadas. Atualmente, elas são disponibilizadas ao mesmo tempo que o produto doméstico, em uma estratégia conhecida como lançamento simultâneo. Além disso, as opções de acesso a esse conteúdo são diversificadas, dando origem à experiência de “maratonar”

---

BAÑOS, Rocío; DÍAZ-CINTAS, Jorge. Explorando novas formas de tradução audiovisual na era da mídia digital: ciberlegendagem e ciberdublagem. *Revista Belas Infêis*, Brasília, v. 14, n. 2, p. 01-26, 2025. e-ISSN: 2316-6614. DOI: 10.26512/belasinfieis.v14.n2.2025.57477

---

filmes e séries, costume que se tornou popular hoje em dia. O *fandubbing* também tem desempenhado um papel importante ao denunciar práticas de censura em determinados contextos (Nord, Khoshsaligheh & Ameri, 2015; Wang & Zhang, 2016) e ao incentivar o uso de estratégias de tradução específicas (Wang & Zhang, 2016).

Ao discutir as práticas de tradução de fãs no caso da China, Wang e Zhang (2016) afirmam que grupos de *fandubbing* têm colaborado com empresas de jogos digitais em projetos de localização, dada a falta de profissionais bem treinados/as e dedicados/as na indústria da dublagem. Dessa forma, os/as fãs viram essas oportunidades como uma forma de ingressar profissionalmente na área. Além de revelar as complexas dinâmicas do atual panorama midiático, essas práticas levantam outras questões sociais e éticas. Embora, como argumentado anteriormente, as práticas de ciberdublagem e ciberlegendagem atendam, em grande parte, a motivações não comerciais, permanece a questão de saber se a eventual inserção de interesses comerciais nessas práticas participativas pode ser vista como exploratória.

16

Como sugerido por Zwischenberger (2022, p. 2), a noção de “*playbor*”<sup>32</sup> (Scholz, 2013) é fundamental para entender como esse tipo de trabalho digital pode estar diretamente relacionado à exploração, pois “representa a atividade e os rastros deixados pelos/as usuários/as da internet como um trabalho digital que auxilia as empresas a obterem lucros imensos sem oferecer qualquer remuneração”<sup>33</sup>. Com base em Wright (1997), Wertheimer (1999) e Scholz (2013), e com enfoque na compreensão marxista da força do trabalho, da atividade em si e da exploração, Zwischenberger (2022; 2023), afirma que, mesmo estando de acordo com os/as trabalhadores/as que têm prazer em engajar voluntariamente em trabalhos colaborativos, a tradução colaborativa on-line pode fomentar relações sociais exploratórias, especialmente quando realizada em benefício de empresas com fins comerciais. Por exemplo, a perda de controle sobre os processos produtivos e criativos, em parte devido à fragmentação do processo de tradução em tarefas e textos menores, pode potencialmente levar a queixas sobre alienação (Zwischenberger, 2022). Ao analisar esse fenômeno sob a ótica do taylorismo digital, Moorkens (2020) argumenta que a fragmentação do conteúdo audiovisual em pequenos pedaços para agilizar a produção é comum tanto na indústria de mídia quanto em cenários de *crowdsourcing*. A alienação também pode ser causada pela falta de remuneração daqueles/as envolvidos/as na tradução colaborativa. No caso da ciberdublagem e ciberlegendagem, as práticas de fãs e as altruístas são as mais expostas, já que os tradutores/as geralmente não recebem nenhuma parte dos lucros obtidos por essas

---

atividades, o que pode configurar um modelo de dependência e exploração.

Um exemplo que ilustra bem esse caso é o da plataforma Viki, cujas legendas, produzidas por fãs, são “monetizadas” como parte de um serviço comercial, sem que os lucros obtidos sejam repassados aos/às tradutores/as voluntários/as (Dwyer, 2018). Embora as colaborações entre a Viki e os/as legendadores/as voluntários/as possam ser considerados mutuamente benéficas, essas práticas ainda “podem ser classificadas como exploratórias e/ou moralmente questionáveis”<sup>34</sup> (Zwischenberger, 2022, p. 11). Dinâmicas semelhantes ocorrem no funcionamento da organização sem fins lucrativos *Translators Without Borders (TWB)*<sup>35</sup>, como discutido por Piróth e Baker (2021). A falta de créditos também é problemática, especialmente em práticas altruístas, nas quais alguns/mas tradutores/as podem não ser devidamente reconhecidos/as. Por outro lado, as comunidades de fãs e de ativistas costumam receber reconhecimento social e assegurar a devida valorização do trabalho de seus/suas integrantes.

Atividades não incentivadas por empresas com fins comerciais, como *fandubbing* e *fansubbing* de animes ou de jogos, ainda contribuem para a promoção e valorização de determinados conteúdos audiovisuais. Embora novos modos de distribuição de material digital permitam o uso de dublagem e legendagem sem lucros diretos, isso não significa que sejam feitos gratuitamente. Na verdade, muitas vezes há algum tipo de compensação por trás dessas práticas, seja na forma de reconhecimento social ou capital cultural (Bourdieu, 1973; 2018) ou por meio de benefícios financeiros indiretos como publicidade ou patrocínio. Usuários/as engajados em ciberdublagem e ciberlegendagem promovem suas atividades por meio de diversas redes sociais, retratando assim “a cultura de fãs e do *fandom*”<sup>36</sup> não apenas como uma paixão passageira, mas como uma empreitada sofisticada e comercial”<sup>37</sup> (Zhang & Vazquez-Calvo, 2022, p. 217). Plataformas como o YouTube (s.d.), por exemplo, permitem que os/as usuários/as atuem recursos de monetização, geralmente com base na quantidade de assinantes e visualizações.

No entanto, como argumenta Basalamah (2021, p. 227), as práticas de tradução voluntária também podem “fomentar um senso ético de cidadania, especialmente quando o serviço é prestado a membros vulneráveis de uma comunidade”<sup>38</sup>, como costuma acontecer em práticas altruístas. Tais atividades costumam ser motivadas “pela compreensão ética de que conexão e comunicação eficazes entre os/as membros/as de uma coletividade não seriam viáveis devido aos custos e à acessibilidade da tradução profissional”<sup>39</sup> (Basalamah, 2021, p. 228).

Zwischenberger (2022) também afirma que a tradução profissional é afetada pelas transações entre tradutores/as voluntários/as e organizações com fins comerciais, em termos de remuneração e status. Isso levanta questões relacionadas à desprofissionalização, desmonetização, ética e qualidade, entre outros aspectos. Como demonstrado pelo comunicado emitido pela Federação Europeia de Tradutores Audiovisuais (*Audiovisual Translators Europe* - AVTE, 2017) sobre o lançamento de um projeto de *fansubbing* pelo canal de TV franco-alemão ARTE, ou pelas reações negativas desencadeadas por um documentário de 2018 que celebra a história de uma comunidade *underground* de *fansubbing* na Itália (Massidda, 2020), a utilização de práticas realizadas por fãs, amadores/as ou não profissionais tem sido motivo de intenso debate e controvérsia.

O comunicado da AVTE enfatiza a natureza ilegal do *fansubbing*, bem documentada por autores como Phillips (2003), e alerta sobre as graves repercussões de promover uma visão da tradução audiovisual que minimiza sua complexidade, tratando-a como uma tarefa simples que qualquer pessoa pode realizar, confundindo uma atividade de lazer com uma profissão que possui fluxos de trabalho bem definidos, código de conduta e critérios de qualidade. O comunicado da AVTE (2017, on-line) também critica fortemente a falta de mecanismos de controle de qualidade da ARTE, já que a emissora supostamente aceita a natureza amadora das traduções realizadas e apenas verifica se não alteram o significado das obras envolvidas. No caso das ciberdublagens e ciberlegendagens, novas mídias impulsionaram a introdução de novos fluxos de trabalho com garantia de qualidade para conteúdo audiovisual traduzido, caracterizados pela descentralização e delegação, o que pode enfraquecer pressupostos consolidados sobre qualidade. Nesses ecossistemas digitais, criadores/as de conteúdo do TikTok e influenciadores/as podem “colaborar” com outros/as *netizens*, criticando e oferecendo suas próprias traduções (aprimoradas) por meio de vídeos caseiros (Groskop, 2021) ou através de práticas como *danmu*, também conhecida como *danmaku* (Wang, 2022), permitindo que compartilhem suas opiniões sobre as soluções tradutórias com o restante do público.

Diferentemente da *crowdsubtitling*, a legalidade de práticas como o *fansubbing* permanece controversa, especialmente quando não há autorização do/a detentor/a dos direitos autorais. Embora a compreensão dos direitos autorais possa depender da interpretação dos/as consumidores/as (Lee, 2011), e apesar das possíveis divergências na interpretação da lei, o consenso é de que o *fansubbing* é ilegal, como demonstram o encerramento de comunidades e sites de *fansubs* ao redor do mundo (Justo, 2017; Pedersen, 2019; Fan, 2020; Massidda,

2020). Como relata Pedersen (2019, p. 55), alguns desses grupos foram levados à justiça por conglomerados de mídia, onde o veredicto “afirmou claramente que a disseminação de *fansubs* era ilegal sem o consentimento do detentor original dos direitos autorais, pois os diálogos de um filme são protegidos pela Convenção de Berna”<sup>40</sup>. De uma perspectiva diacrônica, é intrigante notar como a tolerância observada nos primeiros anos dessa prática, — iniciadas na década de 1980, quando a indústria midiática parecia fazer vista grossa ou até mesmo aceitá-las implicitamente, devido ao impacto positivo que tinham na promoção de séries de anime em outros países (Díaz-Cintas & Muñoz Sánchez, 2006) —, deu lugar a uma perseguição mais coercitiva e rigorosa contra os grupos de *fansubbing*.

Nesse contexto, o *fandubbing*, em particular, e a ciberdublagem, de forma mais ampla, parecem ter sido menos afetados pelas autoridades. Isso possivelmente ocorre devido à natureza paródica da maioria dessas produções, que, sob algumas leis de direitos autorais, podem ser consideradas exemplos de “uso livre”. No entanto, essas questões ainda são pouco exploradas, com algumas exceções, como o estudo realizado por Spina Ali (2015, p. 756), que destaca a ausência de uma regulamentação legislativa para paródias na Itália, consequentemente, para dublagens e legendagens paródicas, resultando na “posição ambígua” que ocupam no panorama dos direitos autorais. A legislação sobre direitos autorais não acompanhou a revolução cocriativa impulsionada pela Web 2.0 (Massidda, 2020), e os avanços recentes na área de inteligência artificial e sua interseção com a tradução audiovisual e a acessibilidade na mídia devem intensificar ainda mais essa situação.

## Considerações finais

Na tentativa de esclarecer algumas das incertezas conceituais e explorar questões éticas relacionadas às novas formas de tradução audiovisual que surgiram na era digital, este artigo apresenta uma visão geral e uma classificação revisada das diversas práticas agrupadas sob os termos ciberlegendagem e ciberdublagem. Embora o enfoque esteja na dublagem e na legendagem, as premissas conceituais discutidas podem abranger outras práticas tradutórias nesse campo, como a audiodescrição.

Nas páginas anteriores, refletimos sobre como essas noções têm sido utilizadas por outros/as estudiosos/as, acolhendo suas sugestões e críticas, e propusemos uma taxonomia revisada, que busca ser mais abrangente e flexível o suficiente para ser adaptada e testada pela comunidade acadêmica. Desenvolvidas à margem das exigências comerciais que regulam a prática profissional, essas novas modalidades de Tradução Audiovisual tiveram —

e continuam tendo — um impacto significativo na maneira como o conteúdo audiovisual é produzido, distribuído, consumido e até mesmo avaliado pelo público ao redor do mundo.

Também abordamos algumas das implicações éticas levantadas por essas atividades. Das três principais subcategorias, as práticas altruístas e as realizadas por fãs são as mais suscetíveis a sofrer exploração, especialmente devido à adoção de comportamentos corporativos por algumas organizações, dependendo de trabalho não remunerado. Soma-se a isso o fato de que parte do material traduzido nessas práticas acaba sendo monetizado posteriormente, sem que os/as tradutores/as recebam qualquer remuneração. O risco de exploração é real, e os pontos fortes dessas práticas cibernéticas devem ser aproveitados de maneira transparente e ética para todos os/as envolvidos/as. Como argumenta O'Donnell (2019, on-line), o volume financeiro movimentado pelo setor de voluntariado é significativo e, para evitar uma exploração indevida, “é responsabilidade do/a voluntário/a se informar sobre os dilemas éticos, questões e posturas dentro dessa indústria”<sup>41</sup>.

Dado o crescimento constante da circulação de produções audiovisuais em diferentes gêneros e formatos, é válido supor que o *crowdsourcing* e o voluntariado na TAV continuarão se expandindo. Pesquisas mais críticas devem ser conduzidas sobre o tema para esclarecer não apenas o impacto dessas atividades na disseminação cultural, mas também suas implicações para a indústria da tradução e para a percepção geral do público sobre o valor da tradução como uma atividade socioprofissional.

## REFERÊNCIAS

- ANTONINI, R., & Bucaria, C. eds. (2016). *Non-Professional Interpreting and Translation in the Media*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- ÁVILA-CABRERA, J. J. (2022). “Improving Oral Production Skills in the Business English Class Through Creative Dubbing.” *ESP Today* 10 (1): 99–122.  
<https://doi.org/10.18485/esptoday.2022.10.1.5>
- AVTE. (2017). “Communique on ARTE's Fansubbing Project | AVTEUROPE.” AVTE Website. [http://avteurope.eu/en\\_GB/2017/01/19/communique-on-artes-fansubbing-project](http://avteurope.eu/en_GB/2017/01/19/communique-on-artes-fansubbing-project)
- BAÑOS, R. (2019). “Fandubbing Across Time and Space: From Dubbing “For Fans by Fans” to Cyberdubbing.” In *Reassessing Dubbing: Historical Approaches and Current Trends*, edited by I. Ranzato and S. Zanotti, 145–167. Amsterdam: John Benjamins.

- 
- BAÑOS, R. (2020). "Fandubbing." In *The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility*, edited by Ł. Bogucki and M. Deckert, 209–226. Cham: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-42105-2>
- BAÑOS, R. (2023). "Key Challenges in Using Automatic Dubbing to Translate Educational YouTube Videos." *Linguistica Antverpiensia* 22.
- BASALAMAH, S. (2021). "Ethics of Volunteering in Translation and Interpreting." In *The Routledge Handbook of Translation and Ethics*, edited by K. Koskinen and N. K. Pokorn, 227–244. Abingdon: Routledge.
- BOGUCKI, Ł. (2009). "Amateur Subtitling on the Internet." In *Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen*, edited by J. Díaz-Cintas and G. Anderman, 49–57. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- BOURDIEU, P. (1973/2018). "Cultural Reproduction and Social Reproduction." In *Knowledge, Education, and Cultural Change: Papers in the Sociology of Education*, edited by R. Brown, 71–112. London: Routledge.
- BUSSELL, J. (2013). "Cyberspace". Britannica. [www.britannica.com/topic/cyberspace](http://www.britannica.com/topic/cyberspace) .
- DÍAZ-CINTAS, J. (2018). "Subtitling's a Carnival": *New Practices in Cyberspace*." *Journal of Specialised Translation* 30: 127–149. [www.jostrans.org/issue30/art\\_diaz-cintas.pdf](http://www.jostrans.org/issue30/art_diaz-cintas.pdf) .
- DÍAZ-CINTAS, J., & Muñoz Sánchez, P. (2006). "Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment." *Journal of Specialised Translation* 6: 37–52. [www.jostrans.org/issue06/art\\_diaz\\_munoz.pdf](http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.pdf) .
- DORE, M., & Vagnoli, L. (2021). "Amateur Dubbing and Humour to Promote Well-Being Among Hospitalised Children and Adolescents." In *Humour Translation in the Age of Multimedia*, edited by M. Dore, 158–176. Abingdon: Routledge.
- DWYER, T. (2017). *Speaking in Subtitles: Revaluing Screen Translation*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- DWYER, T. (2018). "Audiovisual Translation and Fandom." In *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*, edited by L. Pérez-González, 436–452. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315717166-27> .
- FAN, L. (2020). "Collaborative Translation and AVT." In *The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility*, edited by Ł. Bogucki and M. Deckert, 339–356. Cham: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42105-2\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42105-2_17) .
- GROSKOP, V. (2021). "Lost in Translation? The One-Inch Truth About Netflix's Subtitle Problem." *The Guardian*, October 14. [www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/14/squid-game-netflix-translations-subtitle-problem](http://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/14/squid-game-netflix-translations-subtitle-problem) .

- 
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- JENKINS, H. (2009). “*Cultura da convergência: A colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*”. (S. Alexandria, Trad.; 2ª ed.). Aleph.
- JIANG, M. (2020). “*Retranslation in Popular Culture: A Multimodal Extension of Taboo Love*.” *The Translator* 26 (1): 91–108.  
<https://doi.org/10.1080/13556509.2019.1707385> .
- JIMÉNEZ-CRESPO, M. A. (2017). *Crowdsourcing and Online Collaborative Translations*. Amsterdam: John Benjamins.
- JUSTO, D. (2017). “*Declaran ilegales los subtítulos de películas y series realizados por los seguidores. Los conocidos fansubbers holandeses no podrán subtitular series*.” Ser. April 24 [https://cadenaser.com/ser/2017/04/24/ciencia/1493017513\\_614281.html](https://cadenaser.com/ser/2017/04/24/ciencia/1493017513_614281.html) .
- LEADBEATER, C., & Miller, P. (2004). *The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts are Changing Our Economy and Society*. London: Demos.
- LEE, H.-K. (2011). “*Cultural Consumer and Copyright: A Case Study of Anime Fansubbing*.” *Creative Industries Journal* 3 (3): 237–252.  
[https://doi.org/10.1386/cij.3.3.237\\_1](https://doi.org/10.1386/cij.3.3.237_1).
- MASSIDDA, S. (2015). *Audiovisual Translation in the Digital Age – The Italian Fansubbing Phenomenon*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- MASSIDDA, S. (2020). “Fansubbing: Latest Trends and Future Prospects.” In *The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility*, edited by Ł. Bogucki and M. Deckert, 189–208. Cham: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42105-2\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42105-2_10) .
- MCCLARTY, R. (2014). “*In Support of Creative Subtitling: Contemporary Context and Theoretical Framework*.” *Perspectives* 22 (4): 592–606.  
<https://doi.org/10.1080/0907676X.2013.842258> .
- MOORKENS, J. (2020). “*“A Tiny Cog in a Large Machine.” Digital Taylorism in the Translation Industry*.” *Translation Spaces* 9 (1): 12–34.  
<https://doi.org/10.1075/ts.00019.moo> .
- NORD, C., Khoshsaligheh, M. & Ameri, S. (2015). “*Socio-Cultural and Technical Issues in Non-Expert Dubbing: A Case Study*.” *International Journal of Society, Culture and Language* 3 (2): 1–16.  
[http://www.ijscsl.net/article\\_11734\\_b9fac3605ffb0c68da832760430a527b.pdf](http://www.ijscsl.net/article_11734_b9fac3605ffb0c68da832760430a527b.pdf) .
- O’DONNELL, S. (2019). “*The Psychology and Ethics of International Volunteering*.” *Grassroots Volunteering*. June 14. <http://blog.grassrootsvolunteering.org/ethics-of-international-volunteering> .

- 
- O'HAGAN, M. (2009). "Evolution of User-Generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing." *Journal of Internationalization and Localization* 1: 94–121. <https://doi.org/10.1075/jial.1.04hag> .
- O'HAGAN, M. (2012). "From Fan Translation to Crowdsourcing: Consequences of Web 2.0 User Empowerment in Audiovisual Translation." In *Audiovisual Translation and Media Accessibility at the Crossroads*, edited by A. Remael, P. Orero, and M. Carroll, 25–41. Amsterdam: Rodopi.
- OLIVEIRA, R. C. de. (2021). "Gamificação e trabalho uberizado nas empresas-aplicativo." *Revista de Administração de Empresas*, 61(4), e20200762. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020210407>
- PEDERSEN, J. (2019). "Fansubbing in Subtitling Land." *Target International Journal of Translation Studies* 31 (1): 50–76. <https://doi.org/10.1075/TARGET.18017.PED> .
- PHILLIPS, G. (2003). "Legality of Fansubs". *Anime News Network*. June 8. [www.animenewsnetwork.com/feature/2003-06-08/3](http://www.animenewsnetwork.com/feature/2003-06-08/3) .
- PIRÓTH, A., & Baker, M. (2021). "The Ethics of Volunteerism in Translation: Translators without Borders and the Platform Economy." In *Routledge Handbook of Translation and Globalization*, edited by E. Bielsa and D. Kapsaskis, 406–424. London: Routledge.
- POPOVIC, S., & McClennen, S. A. (2020). "Laughtivism: The Secret Ingredient." In *Pranksters Vs. Autocrats: Why Dilemma Actions Advance Nonviolent Activism*, edited by S. Popovic and S. A. McClennen, 36–45. Ithaca: Cornell University Press. <https://doi.org/10.1515/9781501756078-004> .
- ROMERO-FRESCO, P. (2021). "Creativity in Media Accessibility: A Political Issue." *Cultus* 14: 162–197.
- ROMERO-FRESCO, P., & Chaume, F. (2022). "Creativity in Audiovisual Translation and Media Accessibility." *Journal of Specialised Translation* 38: 75–101.
- SCHOLZ, T. (2013). "Why Does Digital Labor Matter Now?" In *Digital Labor. The Internet as Playground and Factory*, edited by T. Scholz, 1–9. London: Routledge.
- SPINA Ali, G. (2015). "A Bay of Pigs Crisis in Southern Europe? Fan-Dubbing and Parody in the Italian Peninsula." *European Intellectual Property Review* 2015 37 (12): 756–764.
- TALAVÁN, N. (2019). "Creative Audiovisual Translation Applied to Foreign Language Education." *Journal of Audiovisual Translation* 2 (1): 53–74. <https://doi.org/10.47476/JAT.V2I1.57> .
- TAPSCOTT, D., & Williams, A. D. (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Portfolio.

- VAZQUEZ-CALVO, B. (2022). “A Sociocultural Account of Fan Translation Practices that Center the Peripheries.” In *Theory and Practice of Translation as a Vehicle for Knowledge Transfer*, edited by C. E. Castro, M. del Mar Ogea Pozo, and F. R. Rodríguez, 225–249. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- WANG, R. (2022). “Community-Building on Bilibili: The Social Impact of Danmu Comments.” *Media and Communication* 10 (2): 54–65.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.4996> .
- WANG, D., & Zhang, X. (2016). “The Cult of Dubbing and Beyond: Fandubbing in China.” In *Non-Professional Interpreting and Translation in the Media*, edited by R. Antonini and C. Bucaria, 173–192. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- WERTHEIMER, A. (1999). *Exploitation*. Princeton: Princeton University Press.
- WRIGHT, E. O. (1997). *Class Counts: Comparative Studies in Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WYRWOLL, C. (2014). *Social Media: Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content*. Wiesbaden: Springer.
- YOUTUBE. n.d. “How to Earn Money on YouTube.”  
<https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=en-GB> .
- ZHANG, L.-T., & Vazquez-Calvo, B. (2022). ““¿Triste Estás? I Don’t Know Nan Molla”: Multilingual Pop Song Fandubs by @miree\_music.” *ITL - International Journal of Applied Linguistics* 173 (2): 197–227. <https://doi.org/10.1075/ITL.21007.ZHA> .
- ZWISCHENBERGER, C. (2022). “Online Collaborative Translation: Its Ethical, Social, and Conceptual Conditions and Consequences.” *Perspectives* 30 (1): 1–18.  
<https://doi.org/10.1080/0907676X.2021.1872662> .
- ZWISCHENBERGER, C. (2023). “Online Collaborative Translation: Probing Its Suitability as a Meta-Concept and Its Exploitative Potential Linked to Labour/Work.” In *Translaboration in Analogue and Digital Practice*, edited by C. Zwischenberger and A. Alfer, 213–241. Berlin: Frank & Timme.

---

<sup>1</sup> O texto traduzido conta com a autorização de tradução e publicação da professora Rocío Baños, do professor Jorge Díaz-Cintas e da *Taylor & Francis Group*, editora responsável pela publicação da revista *The Translator*, em 27 de julho de 2024. A autorização foi concedida à Profa. Dra. Manoela Cristina Correia Carvalho da Silva, coordenadora do grupo de pesquisa TrAce – Tradução e Acessibilidade da Universidade Federal da Bahia (UFBA). A publicação original pode ser conferida em:

Baños, R., & Díaz-Cintas, J. (2023). *Exploring new forms of audiovisual translation in the age of digital media: cybersubtitling and cyberdubbing*. *The Translator*, 30(1), 129–144.  
<https://doi.org/10.1080/13556509.2023.2274119>.

<sup>2</sup> <https://www.ted.com/>.

<sup>3</sup> N.d.T. Original: “[...] investing large amounts of cash in ambitious projects created by famous producers and directors.”

<sup>4</sup> N.d.T. Original: “[...] can also manifest in the form of web aggregators or conglomerates.”

<sup>5</sup> N.d.T.: *Guerrilla subtitles*, em inglês.

<sup>6</sup> <https://global.ajplus.net/>.

<sup>7</sup> <https://jaiundoute.com/>.

<sup>8</sup> <http://hartos.org/>.

<sup>9</sup> <https://www.khanacademy.org/>.

<sup>10</sup> <https://www.bbc.co.uk/programmes/p034244d>.

<sup>11</sup> N.d.T: *Lector dubbing* é um tipo de dublagem em que um/a único/a narrador/a lê todas as falas dos/as personagens, sem tentar reproduzir o tom, as emoções ou o estilo original. Portanto, o enfoque é exclusivamente no conteúdo. Esse estilo de dublagem é mais comum na Polônia. <https://www.jbistudios.com/services/dubbing/>.

<sup>12</sup> N.d.T. Original: “[...] where old and new media collide, where grassroots and corporate media intersect, where the power of the media producer and the power of the media consumer interact in unpredictable ways”

<sup>13</sup> <https://www.comedy.co.uk/tv/raiders-of-the-lost-archive>.

<sup>14</sup> <https://www.viki.com/>.

<sup>15</sup> N.d.T. Original: “[...] a wide range of Translation, carried out based on free user participation in digital media spaces where Translation is undertaken by unspecified self-selected individuals.”

<sup>16</sup> N.d.T. Original: “[...] it can be extrapolated onto amateur translation in digital spaces.”

<sup>17</sup> N.d.T. Original: “[...] it may lead to thinking there is a [sic] unambiguous distinction between the online and the offline [...] or to erroneously overlooking the existence of fan labour in pre-digital times.”

<sup>18</sup> N.d.T. Original: “[...] the choice of the prefix ‘cyber-’ might seem slightly obsolete to represent the embeddedness of the digital in mundane activity and the growing hybridization of spaces and practices, what stands out is the connection of fandubbing with pop culture [...] and fan communities.”

<sup>19</sup> O termo, popularizado no Brasil graças ao K-pop, significa a junção das palavras “internet” e “citizen” (“cidadão”, em inglês).

<sup>20</sup> N.d.T. Original: “all forms of the new ways of doing [audiovisual] translation online.”

<sup>21</sup> N.d.T.: O streaming refere-se à transmissão de conteúdo de áudio e vídeo pela internet para qualquer dispositivo. Já o *Over-the-Top* (OTT) é um método específico de streaming que distribui esse conteúdo diretamente pela internet, exigindo uma conexão estável e um dispositivo compatível com aplicativos ou navegadores. Inicialmente associado apenas ao vídeo, o conceito de OTT foi ampliado para abranger diversas ofertas on-line.

<sup>22</sup> N.d.T. Original: “[...] was taken to describe the “location” in which people interacted with each other while using the Internet.”

<sup>23</sup> N.d.T. Original: “[...] an important location for social and political discussion.”

<sup>24</sup> N.d.T. Original: “[...] fan-guerrilla-altruist’ triad should be understood as a continuum.”

<sup>25</sup> N.d.T. Original: “[...] the creative manipulation or adaptation of the original text into a fake translation [...] that produces some kind of humoristic effect on the audience.”

<sup>26</sup> N.d.T. Original: “[...] to make the didactic proposal more neutral in pedagogical terms and more easily understandable for students new to AVT.”

<sup>27</sup> N.d.T. Original: “[f]or the purposes of explicating fandubbing practices to a broader readership in applied linguistics and from a sociocultural perspective, we think it is interesting to complement Baños’s variables with concepts such as (1) type of translation (interlinguistic or intralinguistic), (2) directionality (if interlinguistic, the dubbing can imply direct or reverse translation), or (3) transemiotic work (if there is any reinterpretation or remake of non-verbal aspects surrounding the text to dub).”

<sup>28</sup> <https://www.flawlessai.com/>.

<sup>29</sup> N.d.T.: No Brasil, também existem canais no YouTube dedicados ao *fandubbing*, e muitos/as desses/as fãs passaram a atuar profissionalmente na dublagem. Exemplos incluem os canais *Dublataku* (<https://www.youtube.com/@Dublataku/videos>) e *Voice Makers* (<https://www.youtube.com/@VoiceMakers/featured>).

<sup>30</sup> N.d.T. Original: “[...] the moral acceptability of (long-term) consequences of actions, including those that are not immediately apparent.”

<sup>31</sup> N.d.T. Original: “[...] more attuned to the needs of digital audiences.”

<sup>32</sup> N.d.T.: Segundo Oliveira (2021, p. 6) *playbor* é um “neologismo que sinaliza a sobreposição entre trabalho e lazer, produção e consumo, capaz de tornar o trabalho tão viciante quanto jogos de videogame”.

<sup>33</sup> N.d.T. Original: “[...] represents the work and the traces left by internet users as digital work that helps enterprises to achieve immense profits without offering any compensation.”

<sup>34</sup> N.d.T. Original: “[...] be classified as exploitative and/or morally wrong.”

<sup>35</sup> <https://translatorswithoutborders.org/>.

---

<sup>36</sup> N.d. T.: Subcultura formada por fãs de diversas áreas de interesse, caracterizada pelo senso de comunidade e pela troca de experiências entre seus/as membros/as, que compartilham uma paixão em comum. Eles/as costumam ser ativos/as nas redes sociais, onde interagem, produzem e disseminam conteúdos relacionados ao que admiram.

<sup>37</sup> N.d.T. Original: “[...] fan culture and fandom as not merely an on-and-off passion, but a sophisticated and commercial enterprise.”

<sup>38</sup> N.d.T. Original: “[...] foster an ethical sense of citizenship, especially when the service is provided to vulnerable members of a community.”

<sup>39</sup> N.d.T. Original: “[...] by the ethical understanding that the effective connection and communication between members of a collectivity would not otherwise be possible due to the costs and accessibility of professional translation.”

<sup>40</sup> N.d.T. Original: “[...] clearly stated that disseminating fansubs was illegal without the consent of the original copyright holder, as the dialogue in a film is protected by the Berne convention.”

<sup>41</sup> N.d.T. Original: “[...] it is the volunteer’s responsibility to learn about the ethical quandaries, issues, and attitudes within this industry.”