



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS
DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS E TRADUÇÃO
LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS AO MULTILINGUISMO
E À SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

GEOVANA FREIRIS

**TELOP: UMA ANÁLISE DAS LEGENDAS DE IMPACTO NOS
PROGRAMAS DE VARIEDADE SUL-COREANOS**

BRASÍLIA
Outubro de 2020

Geovana Freiris

**TELOP: UMA ANÁLISE DAS LEGENDAS DE IMPACTO NOS
PROGRAMAS DE VARIEDADE COREANOS**

Trabalho de Conclusão de Curso do
Bacharelado em Línguas Estrangeiras
Aplicadas ao Multilinguismo e à
Sociedade da Informação (LEA-MSI) da
Universidade de Brasília.

Orientador: Prof. Charles Rocha

BRASÍLIA
Outubro de 2020

1. INTRODUÇÃO

Sempre tive interesse na cultura asiática, porém nunca prestei atenção nos programas televisivos até ter contato com a música pop coreana (kpop). À procura de conteúdos com meus artistas preferidos, notei as edições dos programas de variedade e como havia elementos curiosos nas legendas de tais programas. Em uma pesquisa mais aprofundada me deparei com o termo *telop* ou também conhecido como *legendas de impacto*, e a partir desse momento, me perguntei: *Como essas legendas funcionam na televisão? Existe algum tipo de manual, pois são tão diferentes umas das outras? Como poderiam se comportar em outros produtos de audiovisual como filmes e séries?*

Também vi alguns dramas coreanos, que são como novelas brasileiras ou séries, que utilizam recursos similares às *telops* em alguns momentos, seja para acentuar alguma situação ou explicar melhor algo que está acontecendo em certas cenas. Porém, esses efeitos são utilizados com mais frequência em dramas românticos, com enredos mais leves e cômicos.

Durante minha pesquisa também percebi como as *fansubs* têm um grande papel na tradução desses programas, levando em consideração que não há traduções oficiais de muitos desses shows, principalmente para o português. Com a exceção de alguns conteúdos disponíveis na Netflix, a maioria desses programas são legendados em inglês por fãs, como o próprio nome *fansubs* diz, e são mais transcrições do que legendas em si. Também é feita a tradução das legendas de impacto, além da transcrição do áudio, e geralmente são trazidas entre parêntesis para serem diferenciadas das falas dos convidados.

[...] *Fansubs*, que inicialmente foram produzidas por fãs de anime, e agora são desenvolvidas para uma grande variedade de mídia audiovisual, podem ser vistas como uma resposta à falha dos distribuidores de anime em cumprir as demandas específicas dessa comunidade de fãs [...]. (McCLARTY2012, p. 133-153, tradução minha).¹

Meu objetivo com este trabalho é pautar as diferenças entre as legendas de impacto e a legendagem tradicional, e fazer uma análise procurando entender como as

¹ “Fansubs, which were initially produced by anime fans and are now developed for a wide range of audiovisual media, can be seen as a response to the failure of anime distributors to fulfil the specific demands of that fan community.” (McClarty, Rebecca, Towards a Multidisciplinary Approach in Creative Subtitling 137 (2012: 133-153)).

telop são empregadas, se há um manual ou uma linha de pensamento que padronize essas legendas, como funciona o critério de cores e tamanhos de fontes durante os programas. Serão analisados três programas da televisão coreana e a proposta final seria a ideia de constituir um manual, tendo como base as legendas de impacto para gerar legendas criativas para obras de audiovisual de qualquer gênero.

Este projeto é o começo de uma pesquisa que no futuro, talvez, possa se tornar um objeto de estudo para a elaboração de um manual de legendagem criativa.

2. LEGENDAS DE IMPACTO/TELOP x LEGENDAS CONVENCIONAIS

Os programas de variedade coreanos são conhecidos por sua forma única de legendagem, que mistura imagens estáticas com animadas, diferentes cores e fontes de escrita etc. A abordagem diferenciada desses programas é chamada de legendagem de impacto ou *telop* e não tem o objetivo de ser acessível, e sim de “aumentar o valor de entretenimento do programa, principalmente para públicos com capacidade de percepção auditiva, destacando uma mensagem seletiva pelo ponto de vista do produtor” (O’HAGAN; SASAMOTO, 2016, p. 32).

Figura 1 – Legendas de impacto



Figura 2



Fonte: captura de tela de Youtube

No Japão, o termo mais utilizado para referir-se às legendas de impacto é o termo *telop*. O nome é um acrônimo de um aparelho, o *Television Opaque Projector*, usado para transmitir textos, imagens ou gráficos separadamente, sem que mais uma câmera seja necessária. Atualmente o termo serve para classificar os textos e legendas que aparecem nos programas e não o aparelho em si.

Essas legendas também são conhecidas como *impact captions* (legendas de impacto), pois, apesar de realizar uma tradução intralingual (a língua alvo é a mesma da língua de origem), nem tudo que é dito é de fato traduzido, somente o que o diretor do programa acha relevante, cômico ou importante.

São desenhadas para aumentar o valor de entretenimento do programa, principalmente para públicos com capacidade de percepção auditiva regular, destacando uma mensagem seletiva pelo ponto de vista do produtor. As legendas relacionadas ao discurso do orador normalmente são exibidas com fontes aparentes e cores vistosas na parte inferior da tela. O uso de cores diferentes em legendas de impacto pode ser comparável à codificação por cores das legendas para surdos e ensurdecidos, que provê a identificação dos oradores, quando há mais de um, em uma determinada cena, contudo, a intenção é completamente diferente. (O'HAGAN; SASAMOTO, 2016, p. 32, tradução minha)²

Essa é uma das questões que dificultam o estudo desse tipo de legenda, pois não há um manual seguido, pelo menos nacionalmente, o modo de legendar e dar atenção para determinadas cenas dos programas varia entre cada empresa televisiva e às vezes até mesmo entre cada programa. Não há estudos suficientes para avaliarmos se existe ou não alguma regra ou diretrizes a serem seguidas para gerar um padrão nas legendagens de impacto.

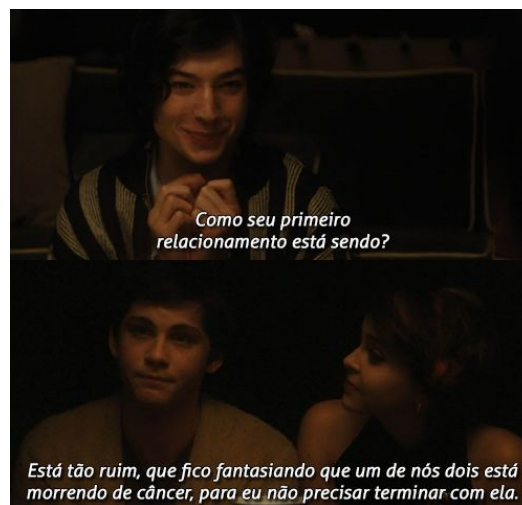
[...] houve poucas pesquisas conduzidas sobre legendas de impacto na TV e a indústria da mídia continua utilizando essas legendas com a mesma finalidade que seus colegas asiáticos têm feito durante décadas. A consequência com essa falta de estudo empírico é a falta de guias para melhores práticas e uso em comum e o real perigo de serem usadas erroneamente e de danos em potencial que podem ser causados.” (SASAMOTO; DOHERTY, ano 2016, p. 210-247, tradução minha)³

² “They are designed to enhance the entertainment value of a programme primarily for hearing audiences by stressing a particular selective message from the producer’s perspective. The captions which are related to speakers’ utterances are usually displayed in conspicuous fonts and colours in the lower part of the screen. The use of different colours in impact captions may seem comparable to colour-coding in SDH whereby providing speaker identification when there are two or more speakers in a given scene, yet is completely different in intention.”

³ “There has been sparse research conducted on impact captions on TV and the media industry continues to use such captions in an ad hoc manner as their Asian counterparts have been doing for several decades

A legendagem convencional, levando em consideração os conceitos de Roman Jakobson (1896-1982), pode ser classificada em interlingual, intralingual e intersemiótica. Na legendagem interlingual o objetivo é simples e claro, manter o entendimento e traduzir o roteiro da língua de origem para a língua alvo. A intralingual é a legenda feita na língua original, geralmente utilizada para auxiliar pessoas com deficiência auditiva. A intersemiótica é a tradução de um sistema de signos, a língua falada, por exemplo, para outro sistema de signos, como a Língua de Sinais Brasileira (LIBRAS), ou a adaptação de um livro para uma longa metragem.

Figura 3



Fonte: Google

3. ANÁLISE DOS PROGRAMAS

A seguir serão analisados três programas de variedade coreanos, que escolhi baseado na popularidade que possuem, e logo foram de acesso mais fácil para que eu pudesse analisar o comportamento das legendas de impacto.

Levei em consideração os seguintes critérios: o uso de cores diferentes e mais recorrentes em cada programa, o tamanho das fontes e a mensagem associada, às diferentes fontes utilizadas, o uso de *avatars* e imagens animadas. Somado a isso, cada programa é de uma emissora diferente, procurando ver similaridades ou diferenças que são visíveis.

now. A consequence of this lack of empirical research is the absence of guidelines for best practice or common usage and a real danger for misuse and potential damage.”

3.1. KNOWING BROS



Figura 4

Knowing Bros, também conhecido como *Men with a Mission* ou *Homens com uma Missão*, é um programa de comédia que foi ao ar pela primeira vez em 2015 e é da emissora JTBC, transmitido até os dias atuais. A premissa do programa é fingir que os apresentadores e convidados estão em uma escola do ensino médio, e os convidados são alunos que acabaram de ser transferidos. A partir disso, os entrevistados contam histórias sobre suas vidas e carreiras, dando informações para os telespectadores, como em uma entrevista tradicional. Há vários blocos, ou segmentos, que dividem o programa, como a introdução de cada convidado e a leitura de uma ficha que eles preenchem antes do programa começar, ou uma parte com jogos e desafios.

Analisando as legendas de impacto do programa, a primeira coisa que me perguntei foi se seria possível que a teoria da psicologia das cores fosse utilizada, pois percebi um padrão. Rosa é associado ao amor, momentos fofos e carinhosos, enquanto o vermelho era associado a emoções fortes como raiva ou paixão e competitividade.

As legendas aparecem em um tamanho consideravelmente grande, maiores que as legendas tradicionais, e a maioria nas cores vermelha, laranja e amarelo, as cores da logo do show. Verde também é uma cor recorrente, e faz alusão ao verde da lousa de giz, ou quadro negro. Percebi que a cor azul geralmente é usada quando uma pergunta é feita, ou quando o assunto é mais sério.



Figura 5



Figura 6

As fontes em que apareciam as legendas eram, na maioria dos momentos, simples, mais retas e fáceis de ler. A exceção era para quando sentimentos românticos eram invocados, quando falavam sobre a letra de uma música ou um poema, ou quando queriam dar um ar cômico para algo que os participantes ou apresentadores falavam, e nesses casos as cores eram rosa ou dourada.



Figura 7

O programa faz muito uso do recurso de imagens animadas, como os corações da Figura 7. O uso de alguns recursos me lembraram da maneira que os gibis têm de sinalizar movimento nos desenhos, como as linhas demonstram, por exemplo, se o personagem está tremendo. Mas no caso das legendas, as linhas indicam se é algum assunto delicado, ou onde o locutor parece estar triste com o que está falando.

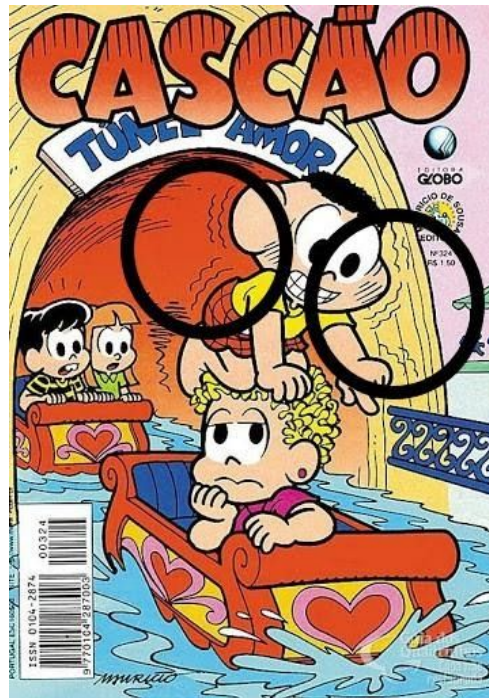


Figura 8



Figura 9

Um ponto único do programa foi o desenho de flores sempre que o assunto é amor, família, carinho e os sentimentos ligados a isso. As flores são uma marca que não vi serem utilizadas em outro programa, pelo menos, não a mesma flor.



Figuras 10 e 11

Quando o sentimento é raiva, frustração ou algo está sendo dito com muita paixão, o artifício das labaredas é utilizado. Podem ser labaredas de fogo ou a imagem de como seria uma explosão, a cor vermelha marcando os sentimentos novamente.



Figura 12

3.2. IT'S DANGEROUS BEYOND THE BLANKETS



Figura 13

It's Dangerous Beyond the Blankets é um programa de variedade coreano que foi ao ar de 2017 a 2018 pela emissora MBC. A proposta do show é juntar astros que são conhecidos por gostarem de ficar em casa e passar o tempo sozinhos, em uma viagem para interagirem e se conhecerem.

Logo foi possível perceber que as cores mais utilizadas no programa eram em tons pastéis, rosa, azul e verde complementando as legendas brancas, dividindo as legendas em duas cores ou fazendo um dégradé. O show não tem cores oficiais, mas esses tons mais calmos e que trazem uma sensação de conforto provavelmente foram escolhidas levando em consideração a premissa do programa, a calma de ficar em casa.



Figura 14

As fontes raramente mudam de tamanho, geralmente quando os participantes estavam participando de alguma atividade mais animada ou quando parecia haver uma sensação de frustração, raiva ou competitividade. Nesses momentos, as legendas também ficavam com tons mais fortes, ou até mesmo pretos.



Figura 15

As legendas apareciam em várias fontes, porém, havia duas principais, consideravelmente pequenas e de escrita simples. Ambas eram comumente utilizadas para comentários, explicações sobre o que estava sendo feito quando os participantes do programa não estavam falando, para que o espectador compreendesse o que estava acontecendo.



Figura 16



Figura 17

O show não fez o uso de avatares para representar os participantes, porém utilizou outro recurso visual, um tipo de recorte do rosto da pessoa a quem era feita uma referência, ou quando somente a voz da pessoa é reproduzida enquanto imagens aparecem.



Figura 18

Tudo é pensado muito bem, para que a mensagem seja passada claramente e sem problemas, mas é claro, do ponto de vista do editor. É ele quem vai decidir para quem dar mais atenção, e qual tipo de imagem cada um vai passar para os espectadores.

3.2.1. WEEKLY IDOL



Figura 19

O show convida os grupos de k-pop, também chamados de *idols*, para divulgarem suas músicas mais recentes e terem a chance de mostrarem seus lados mais divertidos para os fãs. Dividido em vários segmentos, o programa conta com dois apresentadores, ou MCs, que guiam os membros dos grupos por jogos e desafios enquanto fazem uma entrevista. Da emissora MBC Every 1, foi ao ar pela primeira vez em 2011 e ainda é muito popular nos dias atuais.

O programa deixa bem claro o uso das cores principais da sua própria logo, azul e amarelo, estando presente nas legendas frequentemente. O branco vem para complementar as outras duas cores, sendo a base das combinações nas legendas.

Tons de rosa geralmente aparecem para momentos fofos ou mais sentimentais nas falas dos convidados. Já o vermelho e o preto aparecem em momentos de competição, frustração ou raiva, geralmente acompanhados por labaredas digitais como fundo para as legendas ou ao lado.



Figura 20



Figura 21

As fontes têm tamanhos maiores, e percebo esse recurso como um padrão em programas de entrevista, provavelmente para manter a atenção do telespectador, já que esses programas prometem ser engraçados e leves, nunca deixando a piada se perder.

Os balões de perguntas são um diferencial desse programa, colocando as perguntas dos entrevistadores (ou MCs) em destaque, novamente nas cores principais da logo do show.



Figura 22

Como no programa *Knowing Bros*, se algum convidado faz referência a algo que o espectador não pode ver, ou se é algo sobre o que as pessoas podem não ter conhecimento, as legendas fornecem o nome acompanhado de uma imagem do que está sendo referido.



Figura 23

4. CONCLUSÃO

Assistindo tantos programas foi possível notar que todos utilizam os mesmos meios para editar as legendas de impacto. Apesar de cada um ter a sua identidade visual, suas próprias cores e fontes mais usadas, ainda assim, é possível perceber um padrão. Mesmo assim, não se encaixam como diretrizes, como a legendagem tradicional possui.

A maioria das legendas é **posicionada para o lado esquerdo da tela**, não são sempre posicionadas na parte central como seria de **praxe**, e as poucas que se localizam à direita da tela, geralmente aparecem na parte de cima da mesma. A legendagem tradicional tem um lugar **fixo** na tela, mais centralizado, e um número determinado de caracteres que podem aparecer por cena.

As cores parecem estar sempre ligadas aos mesmos sentimentos que estão sendo expressos pelo falante, ou pelo sentimento que o editor quer passar para o público. Não importa o programa ou o tipo de show, vermelho sempre aparece associado à raiva, frustração ou paixão, azul e preto para momentos onde a tristeza é invocada, e rosa para

momentos fofos e carinhosos. Na legendagem tradicional só há duas opções para as cores dos textos, branco ou amarelo.

Quando o legendista vai realizar seu trabalho, não há interação com o diretor do filme, por exemplo, é sempre um trabalho feito depois que o filme já foi editado. O editor dos programas da Coreia tem um grande poder nas mãos, podendo dar mais ênfase no que for de interesse dele e do programa, mudando as proporções dos fatos. Ele também pode definir a partir das legendas qual será a imagem dos participantes, dependendo do tom que ele quer conferir às falas de alguém, mudando as cores, fontes e adereços que acompanham o que está sendo dito.

Essa é uma questão que é abordada tanto no trabalho de Vigata, Araújo e Carvalho (2019), quanto no de Rebecca McClarty (2012), o fato de que quem faz essas legendas são os editores, e não legendistas quando há algum tipo de legenda criativa na obra. A proposta de legendas criativas consiste em unir o legendista ao processo criativo da obra, juntamente com o diretor, tendo mais liberdade para legendar de maneira diferente, sem as amarras da legendagem tradicional (McCLARTY, 2012). O modo como as legendas de impacto são colocadas no processo de edição dos programas é um ótimo exemplo de como pode ser a relação das legendas com a obra, com um *insight* mais profundo e próximo do produto audiovisual.

Em todos os programas foi utilizada, pelo menos uma vez, a divisão da tela, seja para mostrar duas cenas simultaneamente ou para trazer de volta algo que foi dito no passado por um participante de um lado e sua reação atual no outro.

Levando em consideração tudo o que foi dito e tudo que consegui observar e analisar, eu diria que a base das legendas de impacto sul-coreanas é a mesma, mas sempre vão prezar pela identidade do programa. Não acho que diferentes agências televisivas se mostrem muito diferentes quando se trata disso, mas, sim, dependendo de qual será a proposta do show, é criada toda uma estética para ser parte do programa e não somente um adereço.

Olhando como essas legendas funcionam, me questionei se alguns desses recursos funcionam com filmes e séries, pelo menos a ideia por trás deles, e acho que legendas criativas seriam um caminho interessante para ser testado levando em conta o funcionamento das legendas de impacto. A legendagem convencional já dá possibilidades para lidar com a tradução (Santiago Vigata, 2019, p. 124), então, imagino que as legendas criativas poderiam resolver problemas para os quais a legenda

tradicional não consegue achar soluções viáveis, como manter traços da oralidade. (Vigata, 2019, p. 125).

Tornar as legendas convencionais mais criativas, deixando de ser um recurso auxiliar e ser incorporado no produto de audiovisual são ideias para continuar o estudo que comecei aqui, e quem sabe revolucionar o modo como conhecemos a legendagem. A legendagem criativa propõe **abordar e solucionar** todas as abordagens comunicativas de cada produto audiovisual, levando em consideração a cultura e a estética de cada um (McCLARTY, 2012, p.139).

REFERÊNCIAS

SASAMOTO, R.; DOHERTY, S. Towards the optimal use of impact captions on TV programmes. *In: O'HAGAN, M.; ZHANG, Q. (Eds.). **Conflict and Communication: A Changing Asia in a Globalising World**. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers, 2016, p. 210-247.*

O'HAGAN, M.; SASAMOTO, R. Crazy Japanese subtitles? Shedding light on the impact of impact captions with a focus on research methodology. *In: HANSEN-SCHIRRA, S.; GRUCZA, S. (Eds.). **Eyetracking and Applied Linguistics**. Berlin: Language Science Press, 2016, p. 31-58.*

SANTIAGO VIGATA, H.; ARAÚJO, A. A.; CARVALHO, G. M. P. V. Legendagem de filmes e séries multilíngues. *In: SOUSA ALVES, D. A. de; OLIVEIRA BRANCO, S. de (Orgs.). **Discussões Contemporâneas sobre os Estudos da Tradução: reflexões e desenvolvimentos a partir do IV Encontro Nacional Cultura e Tradução**. Campinas: Pontes Editores, 2019, v. 7, p. 123-142.*

McCLARTY, R. Towards a Multidisciplinary Approach in Creative Subtitles. Manuscript received on June 24, 2011; Definitely accepted on November 15, 2011.