



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA

Arthur de Lima Lourenço da Costa

RECURSOS DE DUBLAGEM: UMA ANÁLISE DOS FILMES *OS INCRÍVEIS 1 E 2*

BRASÍLIA

2022

Arthur de Lima Lourenço da Costa

RECURSOS DE DUBLAGEM: UMA ANÁLISE DOS FILMES *OS INCRÍVEIS 1 E 2*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Araújo de Lima da Silva

BRASÍLIA

2022

Arthur de Lima Lourenço da Costa

RECURSOS DE DUBLAGEM: UMA ANÁLISE DOS FILMES *OS INCRÍVEIS 1 E 2*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Araújo de Lima da Silva

Brasília, ____ de _____ de 20 ____.

Banca Examinadora

Prof^a. Dr^a. Sandra Araújo de Lima da Silva
Orientadora

Prof. Me. Roberto da Silveira Lemos
Examinador

Prof. Me. Lourenço Lima Cardoso
Examinador

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho de conclusão de curso à minha família, que sempre me forneceu apoio, e especialmente à minha mãe, Liana, que sempre me guiou com amor e sabedoria.

AGRADECIMENTOS

Agradeço esse trabalho à minha família, que apesar de todos os momentos difíceis, sempre se manteve unida, e incentivando o melhor o de mim.

Também agradeço a todos meus amigos, aos que já conhecia e àqueles que fiz ao longo da jornada acadêmica, que sempre estiveram presentes quando precisei. Estendo o agradecimento em especial para o meu amigo Pedro, que é um irmão para mim.

Sou grato aos professores do CEUB que sempre foram solícitos e passaram conhecimento com paixão. Gostaria de agradecer à professora Sandra Araújo, que sempre ensinou com muito carinho e atenção, sendo essencial na realização deste trabalho.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tyler James Williams no comercial #TodoMundoAmaRefil	28
Figura 2 - Perseguição na floresta no filme <i>Os Incríveis (2004)</i>	30
Figura 3 - Batalha final no filme <i>Os Incríveis (2004)</i>	31
Figura 4 - Cena do jantar no filme <i>Os Incríveis (2004)</i>	34
Figura 5 - Famosos contando a experiência de dublar <i>Os Incríveis 2 (2018)</i>	35
Figura 6 - Dinâmica de perguntas com os famosos	36
Figura 7 - Dublador Guilherme Briggs fala sobre a dublagem de <i>Os Incríveis (2004)</i>	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Adaptações dos nomes dos personagens no filme <i>Os Incríveis (2004)</i> ...	31
Tabela 2 - Adaptações de falas no filme <i>Os Incríveis (2004)</i>	32
Tabela 3 - Adaptações de falas no filme <i>Os Incríveis (2018)</i>	33

RESUMO

Este trabalho busca apresentar recursos que a dublagem dispõe que acabam atraindo o público para o consumo de produções dubladas. Por meio da pesquisa bibliográfica, a monografia, inicialmente, contextualiza o tema, apresentando o contexto histórico que levou ao surgimento da dublagem e como se deu a chegada dela ao Brasil, passando brevemente pela história da comunicação e do cinema. Após a contextualização, com base em teóricos, o trabalho apresenta dados e informações que indicam a preferência pelo conteúdo dublado em território nacional. Após esta apresentação, a pesquisa apresenta as etapas do processo de dublagem que levam ao produto final. Em seguida, a monografia identifica recursos que a técnica utiliza que corroboram na preferência da população brasileira por produtos não legendados. Na sequência, por meio da seleção de trechos dos filmes e do método de estudo de caso, o trabalho faz uma análise da franquia **Os Incríveis** sob a ótica destes recursos listados a fim de apontar a aplicação dos mesmos.

Palavras-chave: dublagem; cinema; marketing; recursos; “os incríveis”.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 CONCEITO, HISTÓRIA DA DUBLAGEM E COMO CHEGOU AO BRASIL	13
1.1 Início da comunicação e a importância da voz	13
1.2 Início do cinema falado e da técnica dublagem	13
1.3 A ascensão da dublagem e sua chegada ao Brasil	15
1.4 Breve contexto do cenário atual da dublagem	17
CAPÍTULO 2 O PROCESSO DE DUBLAGEM E SEUS RECURSOS	20
2.1 Como é feito o processo de dublagem	20
2.2 Dublado ou legendado	21
2.3 Assistir e ler ao mesmo tempo	22
2.4 A presença da identidade brasileira na dublagem	22
2.5 O domínio dos recursos vocais	24
2.6 O uso de celebridades e dubladores como recurso publicitário	24
CAPÍTULO 3 A DUBLAGEM NA FRANQUIA OS INCRÍVEIS	29
3.1 Assistir e ler ao mesmo tempo em <i>Os Incríveis</i>	29
3.2 Presença da identidade brasileira em <i>Os Incríveis</i>	31
3.3 O domínio dos recursos vocais em <i>Os Incríveis</i>	33
3.4 Marketing da dublagem em <i>Os Incríveis</i>	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39

INTRODUÇÃO

Esse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) busca identificar, por meio da metodologia de pesquisa bibliográfica, recursos e técnicas que o mercado de dublagem usa para atrair as pessoas. O tema foi escolhido com o intuito de esclarecer como esses recursos corroboram para a preferência do público brasileiro no que tange ao consumo de produtos audiovisuais dublados. O trabalho também se utiliza da metodologia de estudo de caso, buscando observar a aplicação dos recursos da dublagem na franquia de filmes animados **Os Incríveis 1 e 2**.

A pergunta de pesquisa escolhida para nortear o trabalho foi a “De que forma a dublagem atrai as pessoas para produções audiovisuais?”. Diante disso, a pesquisa possui como objetivo geral apresentar recursos e estratégias que a dublagem utiliza para atrair as pessoas utilizando como exemplo a franquia **Os Incríveis**. Além disso, os objetivos específicos buscam: apresentar o histórico que levou ao surgimento da dublagem; apontar pesquisas que provam a preferência do brasileiro por conteúdos dublados; mostrar como funciona o processo de dublagem e identificar os recursos da dublagem que atraem as pessoas.

Esta monografia possui como finalidade cumprir os requisitos para o certificado de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda no Centro Universitário de Brasília (CEUB). A escolha de metodologia foi a de pesquisa bibliográfica, em que foi possível reunir dados e informações que apontavam de que formas a dublagem atraia as pessoas para o seu consumo.

O tema da pesquisa - Recursos que a dublagem possui e utiliza que atraem o público brasileiro usados nos filmes animados **Os Incríveis** – se deve primeiramente pelo meu interesse e admiração pela a profissão de dublagem. A escolha do tema também surgiu devido à baixa notoriedade que esse mercado possui, assim como os profissionais da voz que atuam nele. A curiosidade em entender por completo a história por trás de como se iniciou essa técnica sempre me atraiu. Além do marketing presente no mercado de dublagem, o processo de saída dos dubladores do anonimato até se tornarem rostos queridos pelo público e como esses profissionais e o mercado lidam com isso motivaram a confecção desta pesquisa.

Dessa forma, o tema mostrou-se pouco explorado, apresentando dados e informações dispersos, que ao serem reunidos com um propósito se mostram relevantes para o assunto.

A animação **Os Incríveis** marcou a minha infância. A minha familiaridade e carinho pelo filme me fizeram perceber que seria possível fazer um estudo de caso em cima do longa e da sua mais recente sequência. O intuito de mostrar o quanto a dublagem desse filme é responsável pelo seu apreço por grande parte do público foi um dos fatores responsáveis pela sua escolha.

A metodologia escolhida para coleta e análise de dados para esse trabalho foi a pesquisa bibliográfica. Foram utilizados como critério de inclusão artigos científicos, livros e páginas de *web sites* relacionados ao meio da dublagem e o mercado audiovisual. Para Severino (2007), pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir de registros disponíveis de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores, que se utilizaram de livros, artigos, teses e etc, permitindo ao pesquisador trabalhar a partir da contribuição de outros autores.

O autor Gil (2008) aponta o benefício da utilização desse método, pois a ampla disposição de dados que podem ser acessados, fornece ao pesquisador mais informações para solucionar o problema de pesquisa. O problema de pesquisa deste trabalho busca entender quais são os recursos, técnicas e estratégias que a dublagem utiliza que justificam a preferência do brasileiro pelo conteúdo dublado ao legendado. Dessa forma, a metodologia mostrou-se ideal pois as informações a respeito da dublagem no Brasil encontram-se dispersas. Além disso, pelo fato de a pesquisa apresentar o contexto histórico da dublagem para a compressão do atual cenário nacional, a pesquisa bibliográfica mostrou indispensável na coleta de informações que apoiam o embasamento histórico.

A maior parte dos trabalhos científicos costuma se pautar exclusivamente na pesquisa bibliográfica, possibilitando a coleta de conhecimentos prévios, seja por meio escrito ou eletrônico, de livros, artigos científicos e páginas de *web sites*. No entanto, Gil (2008) faz ressalvas quanto ao uso de informações e dados encontradas na internet, pois devido a vastidão e a simplicidade de acessá-los, o pesquisador pode se deparar com informações falsas e repeti-las na pesquisa que está sendo realizada.

A fim de evitar os riscos da pesquisa bibliográfica que se utiliza de material online, as informações utilizadas nesta pesquisa foram checadas em diferentes fontes com o intuito de verificar se há a contradição de informações.

Para exemplificar o problema de pesquisa, o método estudo de caso em cima da franquia de filmes **Os Incríveis** mostrou-se eficiente. Segundo Wimmer (1996), a explicação, uma das quatro características enumeradas do método, mostra que o

estudo de caso ajudar a compreender aquilo que foi proposto a análise a fim de obter novas interpretações e perspectivas. Além disso, o método permite descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas.

A pesquisa está dividida em três capítulos, sendo o primeiro responsável por conceituar o termo dublagem e apresentar o breve histórico que levou ao surgimento da técnica, desde os primórdios da comunicação, passando pelo início do cinema falado e enfim a chegada dela ao Brasil. Além disso, o capítulo apresenta uma breve contextualização do cenário atual da dublagem nacional.

O segundo capítulo é responsável pelo desenvolvimento do trabalho. No primeiro momento ele apresenta o processo de dublagem, passando por todas as etapas de produção da técnica. Em seguida, o capítulo reúne dados e informações que apontam a preferência do público brasileiro no consumo de conteúdo dublado em comparação ao legendado. E por último, são identificados e apresentados recursos que produções dubladas possuem que auxiliam no interesse e na preferência do público por esta opção.

O terceiro capítulo busca apontar o uso desses recursos nos dois filmes **Os Incríveis**. Dito isso, a terceira parte inicia com um breve contexto dos filmes, apresentando informações sobre suas produções e uma rápida sinopse das histórias. Após isso, o capítulo seleciona trechos dos filmes e apresenta a aplicação dos recursos listados no capítulo anterior nos longas e seus materiais de divulgação.

CAPÍTULO 1

CONCEITO, HISTÓRIA DA DUBLAGEM E COMO CHEGOU AO BRASIL

1.1 Início da comunicação e a importância da voz

Os primeiros registros de comunicação da espécie humana aconteceram no período Paleolítico, tendo como base gestos, posturas, gritos e grunhidos. A partir de algum momento, para garantir sua própria sobrevivência, o homem primitivo atribuiu gestos a objetos e utensílios, criando assim uma linguagem simples a fim de, por exemplo, criar instrumentos de caça e proteção (MACHADO, [201?]). Com o passar do tempo a comunicação evoluiu, tornando-se mais complexa e refinada, quando a linguagem oral permitia a troca de informações em maior quantidade e clareza, deixando a comunicação rudimentar para trás. Dessa forma, por muito tempo, o domínio dessa ferramenta natural do ser humano que chamamos de voz foi indispensável para o progresso e desenvolvimento da humanidade. A voz gera fascínio, e durante a história é possível ver que aqueles que a dominavam tinham a atenção dos demais. Nos tempos da Grécia Antiga, os sofistas, por exemplo, se aproveitavam de técnicas vocais, palavras bem ditas e eloquência para demonstrarem confiança e domínio sobre um assunto e vencer discussões, sem ao menos apresentarem argumentos válidos. Não muito distante, antes do advento da televisão, o rádio que possui como principal instrumento a voz, tem a difícil tarefa despertar na cabeça do ouvinte a criação de imagens, utilizando do mistério como artifício para manter a atenção das pessoas (LESSA, 2002). Neste sentido, não é novidade que a dublagem, uma profissão que se utiliza da voz para se conectar com as pessoas, seja uma arte que encanta e seduz diversas pessoas ao redor do mundo.

1.2 Início do cinema falado e da técnica dublagem

O conceito de dublagem e o que ela significa é diferente para cada indivíduo envolvido nessa forma de arte, o termo vem do francês *doublage* e significa a ação de dobrar. Segundo o artigo “Processos de criação em dublagem”

Compreender-se-á dublagem como a substituição da faixa sonora de diálogos originais por diálogos em outro idioma (num processo de tradução), que utiliza-se do *lipsync* – a sincronização labial feita pelo

dublador, ator de voz especialista nesse processo que, buscando a maior transparência possível, tentará simular que sua voz é a voz do ator que se vê na imagem. (BAITELLO JUNIOR; WODEVOTZKY, 2020, p. 174).

O dublador, para exercer a profissão no meio, deve possuir o registro de ator. Esse profissional é responsável por transferir características emocionais de um personagem de uma língua para a outra de forma fiel à obra original.

A história da dublagem está intimamente ligada à história do cinema, antes mesmo da televisão. Apesar de registros garantirem que em 1895, no Grand Café de Paris, os Irmãos Lumière exibiram uma série de filmagens acompanhadas por música, elas não possuíam nenhuma pretensão de contar histórias, portanto não representam o marco do cinema com som.

Os primeiros curtas metragens com som surgiram em 1925, mas o cinema falado de fato começou dois anos depois, com o longa **The Jazz Singer – O Cantor de Jazz (1927)**. “O filme foi o primeiro a ter passagens faladas e cantadas e a usar um sistema sonoro eficaz, conhecido como *Vitaphone*, lançado um ano antes, em 1926, pela Warner Bros” (CASTRO, 2012). Esse sistema de som consistia em um projetor de filme equipado com um toca-discos e foi o último grande sistema analógico de som em disco.

Apesar do **Cantor de Jazz** incluir poucas falas, ele causou grande impacto na indústria, e o cinema mudo que ia muito bem, de repente começou a ser negado, pois as pessoas não queriam mais assistir a filmes não falados. O filme **O Artista (2011)**, que se passa entre os anos 1927 e 1932 em *Hollywood*, retrata este período de transição do cinema mudo para o falado, apresentando o declínio de um ator estrela do cinema mudo e ascensão de uma atriz no novo cinema falado.

Com o lançamento do primeiro filme totalmente falado, **Luzes de Nova York (1929)**, em meio a ascensão do cinema não mudo, um problema surgiu: Como os públicos não falantes da língua inglesa iriam assistir às produções de *Hollywood*? Quando existia apenas o cinema mudo, a ausência de falas nas produções permitia que pessoas de todo o mundo entendessem os filmes, afinal, eram histórias simples que se apoiavam nas expressões físicas dos atores, e a comercialização delas era feita facilmente, precisando apenas que a tradução das cartelas de falas dos personagens para outros idiomas fosse feita. Para contornar o problema, os produtores americanos optaram por duas estratégias diferentes. A primeira consistia

em regravar os filmes americanos com um elenco fluente na língua do país desejado a ser comercializado. No entanto, devido ao alto custo de produzir o mesmo filme mais de uma vez e a má recepção do público em razão da troca de atores já consagrados, essa alternativa foi um fracasso. Para não perder o público europeu, os produtores optaram novamente pela regravação dos filmes, só que desta vez mantendo o elenco original e fazendo com que eles dialogassem na língua do país de destino. A nova tentativa também resultou em fracasso devido a sua inviabilidade.

No entanto, a solução para este problema surge com o lançamento de **The Flyer (1930)**, produzido em um novo sistema de gravação. Inventado por Jacob Karol, o novo sistema permitia a gravação de áudio e imagem de maneira simultânea, possibilitando a substituição das vozes originais por outras gravadas em estúdio. O aparelho era utilizado quando havia a gravação de cenas externas dos filmes, pois devido ao barulho do ambiente, a voz do ator não era captada com clareza. Dessa forma, era necessário que o ator regravasse suas falas em um estúdio após a filmagem da cena. Essa técnica dos atores se dublarem é usada até hoje e foi utilizada na icônica cena do vestido esvoaçante de Marilyn Monroe no filme **O Pecado Mora ao Lado (1955)**. A intenção do diretor do filme, Billy Wilder, era de gravar uma tomada externa, no entanto a euforia das pessoas gritando pela presença da atriz fez com que o áudio da cena tivesse de ser regravado em estúdio. Dessa maneira, os produtores perceberam que se era possível usar uma nova faixa de áudio gravada em estúdio sobre a original da filmagem, também era possível fazer o mesmo com áudio estrangeiro utilizando o mesmo processo. E assim o termo dublagem e a técnica como são conhecidas atualmente começaram a ser utilizadas e usadas no mundo.

1.3 A ascensão da dublagem e sua chegada ao Brasil

Verifica-se que, no início, as dublagens eram realizadas em Los Angeles, sendo necessário que os dubladores de outros países viajassem para a Califórnia para dublar nos estúdios da região. Em razão disso, a dublagem somente chegou ao Brasil em 1938, com o filme **A Branca de Neve e os Sete Anões (1937)** com Dalda Oliveira emprestando sua voz à protagonista. A técnica só começou a ser feita no Brasil após uma viagem de Walt Disney para visitar Herbert Richers, que era amigo de Disney (CÉZAR; IMMEDIATO, 2017). Segundo as dubladoras Mabel César e Rayani Immediato (2017), no vídeo “Como surgiu a dublagem?” do canal Sociedade Brasileira

de Dublagem, quando Walt Disney chegou a um dos primeiros estúdios da Herbert Richers, ele admirou a qualidade dos estúdios e deu aval para dublarem as produções da Disney em território nacional. Com a carta branca da maior produtora de desenhos animados do mundo para dublar, o mercado começou a crescer de forma mais robusta.

Com a dublagem sendo uma realidade, os países enxergaram nela uma forma de evitar uma invasão cultural, ganhando apoio e investimento dos governos. Durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, França e Itália utilizaram a dublagem como forma de fechar suas fronteiras e não permitir a entrada da língua inglesa nas suas telas (PENNA, 2018). Já no Brasil, posteriormente, O Decreto Presidencial nº 544/1962 do governo de Jânio Quadros revogou o Decreto nº 50.450/1961 e dispôs o seguinte: “Art. 8º A exibição de filmes estrangeiros nas emissoras de televisão requer a obrigatoriedade de dublagem em português.” (BRASIL, 1962). Além do intuito de valorizar o idioma nacional, o decreto de Jânio também se deu em razão da dificuldade das pessoas lerem legendas nas televisões com imagem preto e branco dos anos 60. Nesses casos, a dublagem foi utilizada como forma de propagar e fortalecer a língua nativa dos países, mantendo-a viva em períodos de guerra e de contextos de crescente fervor nacionalistas.

A Companhia Maristela de filmes, que mais tarde se tornaria a Gravasom, foi fundada em 1949 por Mário Audrá Júnior e responsável pela primeira aplicação da técnica dublagem em um filme nacional. A obra **Luar do Sertão (1949)** utilizou do recurso já mencionado dos atores se dublarem em estúdio após a gravação de cenas em locais onde o microfone não foi capaz de pegar os diálogos ou substituir alguma voz considerada inadequada. Este pioneirismo do estúdio brasileiro, foi de extrema importância para o futuro da dublagem no país “... a prática de dublar atores nacionais foi fundamental para a dublagem de seriados e filmes vindos do exterior para a televisão, que surgiria no fim da década de 40 e início da década de 50.” (LESSA, 2002, p. 45), pois até o momento, a dublagem nacional era composta totalmente por desenhos animados exibidos no cinema.

As décadas de 60 a 90 foram as que alavancaram a dublagem no Brasil, com a exibição de desenhos, séries, novelas e filmes que viriam a se tornar clássicos. **Chaves, Caverna do Dragão, Toy Story e Rocky: Um Lutador** são exemplos de produções que caíram nas graças do público brasileiro e impulsionaram a dublagem. Nessa “era de ouro” a Herbert Richers S.A, estúdio pioneiro da dublagem no Brasil,

chegou a dublar mensalmente 150 horas de filmes, o que equivalia a 70% das produções veiculadas no país. Em 1972, houve a primeira greve de profissionais da dublagem, que reivindicava o aumento salarial dos artistas. A greve durou quatro meses e muitos profissionais foram demitidos ou se recusaram a voltar trabalhar. Após o fim da greve, o Sindicato dos Artistas (SATED) reconheceu e regulamentou a profissão de dublador por meio das Normas Coletivas de Trabalho. Desde então, os dubladores devem possuir um registro de ator da DRT.

Até meados dos anos 90, os dubladores tinham de dublar juntos nos estúdios e isso era um desafio por que se um errasse a fala, descartava o trabalho dos outros e toda a cena teria que ser gravada novamente por todos os atores envolvidos ali desde o início. Apesar disso, muitos dubladores relembram essa época com carinho e um período de aprendizado. A dubladora Christiane Monteiro conta em entrevista ao portal Agência Uva

Quando eu comecei, os dubladores dublavam juntos, a tecnologia era limitada e não havia muitos canais. Só tinha um jeito, gravar junto. Com o avanço tecnológico, cada um dubla sozinho, porque a qualidade de som é melhor, na mixagem encaixa os diálogos. Na minha opinião, foi nossa maior perda, porque não conseguimos mais compartilhar a emoção da cena quando fazíamos um trabalho fisicamente juntos. (MONTEIRO, 2019)

Atualmente o processo de dublagem é consideravelmente mais simples de ser feito, o ator dubla sozinho, contando apenas com a presença do diretor e do técnico, e é essa pequena equipe que dita o tom do resultado final do trabalho (PEREIRA, 2018).

1.4 Breve contexto do cenário atual da dublagem

Não apenas o processo de dublagem mudou, o mercado também está diferente nos dias atuais. Algumas dessas mudanças aconteceram após a falência da Herbert Richers em 2009 e da Álamo em 2011. Fundada em 1972 pelo britânico Michael Stoll, a Álamo foi uma das maiores empresas do ramo no país e foi responsável pela dublagem de diversas produções além de feitos como ser a primeira empresa da América Latina a gravar filmes com o som Dolby Stereo. Por muito tempo essas duas empresas concentravam o mercado de dublagem no eixo Rio de Janeiro – São Paulo.

No entanto, após a falência de ambas, o mercado se fragmentou pelo Brasil, dando espaço a estúdios menores e a outros estados do país.

Em março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou o estado de pandemia devido ao novo coronavírus. O mundo inteiro teve de se adaptar, e com o mercado de dublagem não foi diferente. O ator e diretor de dublagem Diego Lima, conta que o mercado ficou parado por cerca de 50 dias, até que os profissionais da área se reuniram em ambiente virtual a fim de buscar uma maneira da dublagem seguir sem pôr em risco os trabalhadores do meio. Após diversas reuniões extensas envolvendo cerca de 400 participantes, o Sindicato dos Artistas e Técnicos de Espetáculos e Diversões do Estado de São Paulo (Sated-SP) permitiu a continuidade de exercício da profissão, dando início aos primeiros testes de dublagem remota. Muitos dubladores tiveram de investir pesado em equipamentos e infraestrutura para comportar um estúdio caseiro de qualidade e seguir com o trabalho. Na época, algumas empresas preferiram adiar a dublagem de suas produções para algum momento em que a situação do COVID-19 melhorasse e ela fosse feita nos estúdios, a fim de manter um padrão de qualidade, embora a maioria tenha cedido à dublagem remota.

A dublagem cresceu muito na pandemia, pois com o mundo em estado de quarentena, uma das poucas formas de entretenimento restantes para as pessoas foram filmes, séries e jogos, aumentando os níveis de consumo e demanda dessas mídias. Segundo a 22ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2021-2025 da PwC, o mercado de E&M no Brasil deve crescer 4,7% até 2025 e 5% ao ano. Além disso, os dubladores contam que com a dublagem remota é possível aceitar mais trabalhos por conta da otimização do tempo, em que não há necessidade da deslocamento de um estúdio para o outro além do próprio cansaço físico.

Dessa forma, o cenário da dublagem no Brasil é extenso, pois o mercado de mídias audiovisuais cresce cada vez mais. Assim, a dublagem, atualmente, é demandada para diferentes mercados como os dos jogos eletrônicos e do streaming, que funcionam de maneira diferente do tradicional, tanto no processo de dublagem como na recepção do telespectador. A Netflix, por exemplo, possui um modelo de lançamentos em grande escala, em que quase todo dia se chega uma produção original nova na plataforma, aumentando a demanda pela dublagem. Outro ramo da dublagem recente é o de jogos, denominada de localização. Antes do ano de 2012 era rara a presença do áudio em português nos jogos eletrônicos, porém desde então

ela veio se tornando mais comum e hoje já está estabelecida. A localização de jogos é mais trabalhosa de ser feita. Em um jogo, existem falas que só vão existir se o jogador tomar determinadas decisões, podendo aparecer ou não esses diálogos. De qualquer forma, tudo tem de ser dublado, mesmo que o jogador termine o game e presencie nem uma fração de todas as falas. Além disso, para finalizar um game, são necessárias muitas mais horas que um filme. No jogo **The Witcher 3 (2015)**, por exemplo, a experiência pode chegar a 200 horas de jogatina e cada segundo do jogo está localizado.

Nos dias de hoje, a dublagem possui um maior reconhecimento, além de diversos fãs e entusiastas, algo que não era comum há algumas décadas atrás, em que os dubladores ficavam no anonimato. Dubladores como Orlando Drummond, Garcia Junior, Guilherme Briggs são os rostos de diversos personagens queridos e representam uma pequena fração da gama de dubladores que possuem suas vozes eternizadas no imaginário popular brasileiro. A dublagem brasileira é considerada estar entre as melhores do mundo, e apesar de ser alvo de diversas críticas e discussões em relação a qualidade e fidelidade ao material original, a maioria dos brasileiros prefere assistir a conteúdos dublados.

CAPÍTULO 2

O PROCESSO DE DUBLAGEM E SEUS RECURSOS

2.1 Como é feito o processo de dublagem

Apesar do processo de dublagem existir há várias décadas e ter passado por mudanças e adaptações, o seu início e fim se manteve o mesmo: com o cliente. Os clientes de um estúdio de dublagem podem ser qualquer trabalho que possuem a demanda de serem dublados para o idioma nativo do país, costumam ser canais de televisões, distribuidoras de filmes e os recentes serviços de streaming. Dito isso, após um contrato assinado entre o estúdio de dublagem e o cliente, o trabalho é passado para um tradutor, que pode ser freelancer ou funcionário do estúdio, e ele assiste ao produto e traduz o script da produção. Após essa etapa, o texto do script é adequadamente revisado, muitas vezes passando pela aprovação do cliente, e passa para outra etapa chamada de marcação ou minutagem.

A função da marcação é dividir as falas das personagens em trechos, que devem conter no máximo vinte segundos, a fim de facilitar a localização das falas. Esses trechos de vinte segundos são conhecidos como anéis/loops. A etapa seguinte é a escolha do elenco de dublagem.

O diretor de dublagem, é responsável por escolher o dublador que possui a voz que mais se assemelha ao personagem a ser dublado. Para isso, eles recorrem a um banco de vozes, escolhendo, na maioria dos casos, vozes que assemelham às vozes originais. (SANTIERO; DAMILIANO, 2007, p. 19).

No entanto, é comum manter os dubladores quando eles já dublaram os mesmos atores e personagens. Quando isso ocorre, eles são automaticamente escalados sem a necessidade de testes. Apenas poucas horas antes de iniciar seu trabalho no estúdio de dublagem, o dublador tem acesso ao script e geralmente grava uma média de 20 anéis por hora

No estúdio de dublagem, em um monitor, o ator assiste às cenas da obra três vezes. A primeira vez é para se situar na cena, perceber o que acontece nela. Na segunda vez, o dublador costuma fazer anotações, como as pausas de fala e outras observações a fim de preparar um pequeno ensaio. E a última, é agravação de voz

de fato para o material. A seguir, se necessário, cabe ao diretor(a) requisitar regravações por conta de fatores como interpretação, dicção, problemas de áudio, adaptações de fala entre outros.

Por fim, depois de tudo devidamente gravado, começa o trabalho de mixagem, em que se junta todas as vozes gravadas e se ajusta os áudios a fim de sincronizá-los. Essa etapa pode ser realizada dentro do estúdio de dublagem ou em um outro estúdio especializado em mixagem. Com o trabalho de sincronização finalizado e aprovado pelo cliente, o produto pode ser distribuído para o cinema, TV, streaming ou qualquer outra mídia que ele tenha sido encomendado para ser dublado.

2.2 Dublado ou legendado

Segundo a plataforma Filme B, que realiza um monitoramento do mercado de cinema no Brasil, no ano de 2014 cerca de 59% das pessoas assistiram a produções dubladas nas salas de cinema, representando 57% da renda total de bilheterias daquele ano. Mais recentemente, a empresa Ingressos.com divulgou que no ano de 2021 mais de 73% dos ingressos comprados na plataforma foram para filmes dublados. A preferência foi percebida pelo mercado de cinema nacional. Rosana Gonçalves, gerente do Cine Araújo no Bauru Shopping, conta que o cinema dispõe de filmes dublados e legendados, mas que em salas legendadas, com 300 lugares, às vezes o número de clientes não passa de 10.

Dito isso, existem diversas outras pesquisas e estudos que apontam que o brasileiro prefere assistir conteúdos na sua língua nativa, a questão é, além de questões geográficas e socioeconômicas, quais são os recursos, técnicas e estratégias que a dublagem utiliza que justificam essa preferência.

É importante frisar que quando se fala “dublado ou legendado”, nem sempre é apenas uma questão de preferência, mas de necessidade também. A dublagem, assim como a legendagem, é um instrumento que viabiliza a acessibilidade. Pessoas que possuem algum tipo de deficiência visual, dificuldade para ler ou compreender, muitas vezes, só conseguem desfrutar de obras audiovisuais por conta dessas técnicas.

2.3 Assistir e ler ao mesmo tempo

São comuns os relatos de pessoas que não gostam de assistir produções legendadas, pois alegam a dificuldade de ler e prestar atenção no filme ao mesmo tempo, ocasionando a perda de absorção visual das cenas. Essas reclamações não são infundadas.

Um estudo realizado em 2012, pelo instituto PDOIS Neurobusiness, constatou que o uso de legendas compromete a visualização de detalhes dos filmes que acabam não sendo percebidos pelos telespectadores. Nessa pesquisa, por meio da tecnologia *eye tracking*, foi observado o comportamento de 60 estudantes da União Educacional de Cascavel (Univel) enquanto assistiam ao filme **Batman – O Cavaleiro das Trevas (2008)**. Ao final da pesquisa, foi concluído que existe a perda de 25% do tempo com a leitura das legendas, fazendo assim, com que o espectador perca certos elementos narrativos não verbais, prejudicando a sua compreensão da obra como um todo.

Além disso, um tópico a ser levado em consideração sobre o assunto é a dislexia. Este distúrbio causa dificuldades na leitura, escrita e soletração de palavras, frases e textos e atinge cerca de 15 milhões de brasileiros (DISLEXIA..., 2010). Um número notável de pessoas com esta condição que por muitas vezes se sentem mais atraídas e confortáveis em assistir as versões dubladas das obras.

Dessa forma, na atividade de conciliar a leitura de legendas e acompanhar o que se passa em tela, a existência da dublagem por si só, é um recurso e uma alternativa para pessoas não falantes de outras línguas possam desfrutar de uma obra audiovisual em sua plenitude.

2.4 A presença da identidade brasileira na dublagem

Muitas vezes a tradução literal não é utilizada no processo de dublagem. Gírias, dialetos, trocadilhos, e os recentes memes são exemplos de linguagens que foram pensadas para um público ou momento específico e para funcionarem precisam passar por uma adaptação a fim de estabelecer uma identificação com outros públicos. Nesses casos, a dublagem, quando bem feita, não busca mudar o contexto original ou a identidade da personagem, mas sim utilizar dessas pequenas adaptações como um atalho a fim de fortalecer a conexão entre personagem e público.

É comum as pessoas denominarem este processo como “localização”, no entanto este é um conceito difuso até mesmo na academia e seu uso correto é quando se trata do processo de tradução de voz dos games. O autor Heber de Oliveira Costa e Silva comenta

Motivada pela crescente onda de localização de games para o português nos últimos anos, a discussão chegou até os fóruns de leigos, onde se verifica essa mesma indefinição, mas também outras acepções — por exemplo: para alguns, localização (referindo-se à tradução em si) parece ser entendida como “adaptação”, diferindo de tradução, que seria a “tradução literal”. (SILVA, 2014, p. 96).

A dublagem da comédia **As Branqueelas (2004)**, por exemplo, é repleta dessas adaptações e em determinado momento do filme cita o Programa do Ratinho. Na cena original, o programa citado é o *talk show* americano **The Jerry Springer Show**. Caso não tivesse sido adaptada para o público brasileiro, a referência passaria despercebida e, portanto, a piada seria perdida. Outra situação comum de adaptação ocorre no filme **O Espetacular Homem – Aranha 2 (2014)**, em que na cena original o personagem Flash Thompson diz para o protagonista a gíria americana *But chicks dig him*, que traduzido seria “As garotas gostam dele”. Na versão dublada, a expressão foi adaptada para a gíria brasileira “As minas piram”, que não é a tradução literal do diálogo original, mas junto do contexto da cena e a personalidade do personagem, a tradução torna-se equivalente.

Essas pequenas diferenças do material original para o dublado representam um ganho significativo de identificação pelo público. A autora Kathryn Woodward, no seu livro “Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais”, defende que a identidade é relacional, ou seja, para uma identidade existir ela depende da existência de outra, uma diferente, para saber aquilo que ela não é (WOODWARD, 2014, p. 09).

Dessa forma, é possível dizer que o fator identificação, por meio das adaptações de referências, é valoroso para manter o público engajado nas obras dubladas.

2.5 O domínio dos recursos vocais

A dublagem, assim como qualquer outra arte, dispõe de diversas técnicas para se expressar. Por possuir a voz humana como a principal ferramenta, ela demanda de diferentes recursos vocais.

O trabalho de conclusão de curso “O uso de recursos vocais sob os olhares dos profissionais da voz: atores, cantores, dubladores, locutores e telejornalistas” investiga quais são os recursos mais empregados pelos profissionais da voz citados. Para isso, um questionário foi respondido por 20 profissionais de cada área e foram avaliados os recursos pausa, respiração, entonação, volume, articulação e ressonância. Se tratando do dublador, o resultado foi o seguinte “Os profissionais desta pesquisa classificaram, portanto, em primeiro lugar a articulação, em segundo lugar a entonação e em terceiro lugar a pausa como os recursos mais utilizados por eles e suas profissões.” (SENTIEIRO; DAMILANO, 2007, p. 44).

O domínio destes recursos eleva o nível de qualidade da dublagem e fidelidade ao material original. A entonação, por exemplo, é um recurso que, por meio das variações de curvas melódicas, permite a interpretação de variados personagens em diferentes cenários. Dessa forma, o uso dos recursos vocais pelos dubladores facilita no transparecer da autenticidade de uma obra para o público, que ao assisti-la, possui uma experiência mais próxima da proposta original.

2.6 O uso de celebridades e dubladores como recurso publicitário

Desde o seu surgimento, a dublagem busca estratégias para chamar a atenção do público. A prática de chamar artistas famosos, por exemplo, aconteceu na primeira produção dublada em território nacional. Os consagrados cantores Dalva de Oliveira e Carlos Galhardo participaram do elenco de dublagem de *A Branca de Neve e os Sete Anões*. A estratégia é utilizada por todo o mundo, mas não só na dublagem, mas no *voice acting* também. Estes dois termos costumam se confundir.

Os atores que originalmente prestam suas vozes aos personagens são os *voice actors*, pois realizam o trabalho antes dos personagens serem desenhados e animados. Já os dubladores realizam o trabalho em cima do trabalho do *voice actor*, respeitando a sincronia de fala do personagem já pronto em tela. Dito isso, as principais estratégias comerciais e publicitárias nesse meio de profissionais da voz,

começam no *voice acting*, uma vez que é o principal trabalho de voz realizado pelos profissionais americanos, detentores da maior indústria audiovisual do ocidente.

Apesar de polêmica, a prática de chamar artistas famosos e celebridades para dublarem se mantém até os dias de hoje, na maioria das vezes em animações. Essas personalidades que entram para o elenco de dublagem de uma produção são conhecidas como *star talents*.

O envolvimento de *star talents* nas obras muitas vezes gera repúdio em muitas pessoas. Existem diversos casos em que essa estratégia não funcionou como na localização dos games **Battlefield Hardline (2015)** e **Mortal Kombat X (2015)**, em que o músico Roger Rocha e a cantora compositora foram chamados para dublarem os respectivos jogos. Sem contar, o caso provavelmente considerado mais controverso até hoje: a escalação do apresentador Luciano Huck como um dos protagonistas da animação **Enrolados (2010)** da Disney. Nesses casos, nenhuma das *stars talents* possuía o registro de ator no SATED e nem a especialização em dublagem e entregaram performances que comprometeram as qualidades das obras. Para Nery (2017), o grande problema dessa prática no Brasil, é que na maior parte das vezes o famoso escolhido para emprestar sua voz não possui nenhuma intimidade com a profissão de dublagem e a frequência dessas situações acabou tornando filme com uma celebridade dublando sinônimo de trabalho ruim.

No entanto, a prática muitas vezes traz um bom retorno comercial. O dublador Wendel Bezerra acredita que a presença de um *star talent* atrelado a uma produção pode acarretar na criação do efeito mídia espontânea. Segundo Kotler (2000) “As fontes de boca a boca são convincentes: o boca-a-boca é o único método de promoção de consumidores, feito por consumidores e para consumidores.” (KOTLER, 2000, p. 580). Dito isso, Wendel defende que a presença de uma celebridade em um filme faz com que o público já interessado por essa personalidade divulgue o filme e a notícia da presença da celebridade de forma natural, podendo atingir o dobro que pessoas que normalmente atingiria.

Além disso, quando o departamento de marketing da distribuidora de filmes convida uma celebridade para estrear sua voz em um produto, o principal intuito é atrelar a imagem do famoso ao filme e fazer com que o mesmo participe do processo de divulgação. Dessa forma, segundo Pimentel (2019), uma série de estratégias e procedimentos podem ser adotadas na divulgação de um produto que possui uma *star talent* no elenco de voz, são elas: gravação de vídeos mostrando os bastidores da

dublagem do famoso no estúdio e uma rápida entrevista convidando o público para assistir o filme; disponibilização de cartazes e posters nos cinemas e shoppings centers com imagem do famoso; divulgação nas mais famosas e utilizadas redes sociais da distribuidora e do influenciador; *junkets* para canais do Youtube e televisão; veiculação de notícias pela imprensa especializada em cinema; e até mesmo a presença do rosto do famoso na capa do material em *home vídeo* do filme, como por exemplo, em DVD e Blu-ray. O dublador Marco Antônio Costa conta, em post seu no Facebook, que os valores pagos às *stars talents* chegam a ser de 20 a 30 vezes o que um profissional de dublagem recebe para dublar um filme. Portanto, a celebridade utiliza da própria imagem durante todo o processo de divulgação de lançamento do produto, e acaba gerando ao um estúdio uma despesa muito menor do que o investimento de uma grande campanha publicitária na divulgação do mesmo material (PIMENTEL, 2019).

Nos dias de hoje, diversos dubladores possuem seus rostos conhecidos e atrelados aos seus personagens. Para Amendola (2021) “conhecer quem faz a voz de um ator ou personagem querido é como descobrir a identidade secreta de um super-herói”. Dubladores como Guilherme Briggs e Wendel Bezerra, por exemplo, são as facetas dos personagens Superman e Goku, respectivamente, no Brasil.

No entanto, por muito tempo os profissionais da dublagem ficaram no anonimato e nem sonhavam em ter suas imagens relacionadas a personagens e produtos comerciais. Nelson Machado, dublador do icônico personagem Quico e autor do livro *Versão Brasileira*, comenta sobre o assunto:

[...] Naquele tempo o distinto público nem imaginava que dublador existia. E, estranhamente, os dubladores adoravam isso. Sempre achei muito curioso o fato de dublador fugir de divulgação como o diabo foge da cruz! Era o único grupo de artistas que não queria seus nomes reluzindo em néon. Felizmente isso mudou um pouco nos últimos anos. Acho que, na verdade, a mudança começou com o pessoal de Cavaleiros do Zodíaco. (MACHADO, 2004, p. 39)

Graças ao sucesso dos desenhos japoneses no final dos anos 1990 e início de 2000 entre o público brasileiro, diversos eventos grandes de animês e mangás começaram a acontecer e os dubladores dessas animações eram convidados a

ministrarem palestras, *workshops* e entrevistas dando início a popularização dos profissionais da dublagem. Mais recentemente, com a força das redes sociais, principalmente o Instagram e o TikTok, a dublagem mantém-se em alta por meio de tendências. Uma *trend* comum nessas redes, é a pessoa pegar um trecho dublado de um filme ou série e fingir que está falando o mesmo. A dubladora Andréa Murucci, voz de grandes atrizes como Julia Roberts e Helena Bonham Carter, teve uma de suas falas do filme **Encantada** viralizada no TikTok. As pessoas gravavam vídeos descontraídos dublando a fala de Andréa se declarando a pessoas, e até mesmo para comidas: "Com vocês, meu verdadeiro amor! Meu príncipe, meu sonho ganhou vida!".

Dessa forma, por meio da internet, os dubladores popularizaram seus trabalhos divulgando-os e aumentaram as suas interações com seus fãs, gravando vídeos ou áudios para seus seguidores com mensagens especiais imitando algum de seus personagens, desejando um feliz aniversário, por exemplo. Dito isso, dadas as devidas proporções, muitos dubladores alcançaram o status de celebridade perante o nicho de fãs de dublagem, esses profissionais possuem fãs-clubes, dão autógrafos na rua e até ganharam uma conferência nacional, a DublaCon (AMENDOLA, 2021).

Por mais que o nome de um dublador não possua fama o suficiente para alavancar o sucesso de bilheteria de um filme no cinema como a de uma *star talent*, o potencial publicitário com a voz dele não passa despercebido pelas empresas nos dias de hoje. A rede de *fast food* Mcdonalds, por exemplo, em 2018 lançou o comercial Todo Mundo Ama Refil, com o ator Tyler James Williams, protagonista do sucesso **Todo Mundo Odeia o Chris (2005)**. O comercial anuncia novidade do refil no Mcdonalds e foi feito pensado no público brasileiro, que é conhecido por disseminar seu apreço pela série sempre que pode nas redes sociais dos atores, fato com o qual a propaganda brinca. No entanto, a grande ideia da propaganda para se associar a série de tv, além da presença do ator norte americano, foi a de chamar o dublador Philippe Maia, narrador de **Todo Mundo Odeia o Chris** e dublador da versão mais velha do personagem, despertando em muitos brasileiros o sentimento de nostalgia.

Figura 1 - Tyler James Williams no comercial #TodoMundoAmaRefil



Fonte: MCDONALD'S BRASIL, 2018. YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=dYHCxqaAiYk> (Acesso em: 30 de setembro de 2022).

CAPÍTULO 3

A DUBLAGEM NA FRANQUIA *OS INCRÍVEIS*

Os Incríveis (2004) é uma animação feita em computador realizada pela Pixar Animation Studios e distribuída pela Walt Disney Pictures. Escrito e desenvolvido pelo diretor Brad Bird, o longa traz o gênero super-heróis de uma forma não convencional, apresentando uma família disfuncional que, além dos problemas mundanos, precisa lidar com um mundo que não tolera mais o uso de seus superpoderes. O filme faturou 631,6 milhões de dólares e foi um sucesso de crítica e público, faturando o Oscar de melhor animação em 2004. Uma sequência foi lançada em 2018, replicando o sucesso do primeiro filme, arrecadando 1,242 bilhão de dólares. O mais recente longa mostra os personagens lidando com as consequências de seus atos do primeiro filme.

3.1 Assistir e ler ao mesmo tempo em *Os Incríveis*

Como já mostrado, é inegável a preferência do público brasileiro para produções dubladas. A menor demanda para salas legendadas nos cinemas, é apenas uma das provas. Dito isso, além do fator preferência, **Os Incríveis** é uma série de filmes voltados para a família e o público infantil, tornando o consumo dos produtos na forma legendada pouco provável. As crianças das famílias público-alvo do filme costumam ainda estar em fase de alfabetização, não possuindo capacidade para lerem legendas na velocidade que se passa na tela, muito menos compreender outro idioma.

Dessa forma, os filmes são consideravelmente beneficiados com a ferramenta da dublagem. Por serem obras que buscam agradar as crianças, o ritmo deles é acelerado e dinâmico. A rápida troca de diálogos, os inúmeros estímulos visuais e as sequências de ação são exemplos de elementos presentes nos longas que requerem bastante da atenção do telespectador por toda a tela. Como já mencionada antes, a pesquisa do instituto PDOIS Neurobusiness consta que existe a perda de 25% do filme por parte do telespectador quando o mesmo acompanha o filme por legendas. É possível que essa perda seja ainda maior em filmes frenéticos como **Os Incríveis**.

No início do terceiro ato do primeiro filme, por exemplo, a família de heróis está sendo perseguida pelo vilão Síndrome e seus capangas em uma ilha paradisíaca. Além dos estímulos visuais da floresta, a sequência de ação é extremamente acelerada, com diversas explosões e diálogos entre os personagens ao mesmo tempo, principalmente nos trechos em que acompanhamos o personagem Flecha, que possui poderes de super velocidade. Logo em seguida o filme se encaminha para a batalha final em que os personagens devem defender sua cidade de um robô gigante. Com a diferença que os personagens conversam mais entre si, a sequência é tão frenética quanto a da ilha.

Dito isso, a dublagem proporciona ao público do filme uma experiência mais agradável, requisitando do telespectador um elemento a menos para se prestar atenção em um filme de tantos estímulos visuais.

Figura 2 - Perseguição na floresta no filme Os Incríveis (2004)



Fonte: QUENI, 2019. YouTube <https://youtu.be/zdqhxb1oO9U?list=PL5mpBQENxWFy2SOt3oY82JZ3KGOhoGprh> (Acesso em 26 de outubro de 2022).

Figura 3 - Batalha final no filme *Os Incríveis* (2004)



Fonte: QUENI, 2019. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=trFC3tuMFhQ> (Acesso em 26 de outubro de 2022).

3.2 Presença da identidade brasileira em *Os Incríveis*

Como defendido por Natália (2017, p.8), quando a tradução de uma produção audiovisual pega uma mensagem, seja de um ditado popular, uma piada ou gíria, e adapta ela para o português brasileiro com o léxico local, é provável que o ganho de identificação entre público e a obra seja maior.

O primeiro filme da franquia **Os Incríveis** é repleto dessas adaptações. Além disso, muitas vezes o texto original da obra não necessitava de adaptação, mas a tradução do filme ousa ao inserir a identidade brasileira na dublagem nacional.

Ao começar pelos nomes das personagens. A maioria dos nomes dos personagens do filme foram adaptados à nossa realidade. Usando como exemplo alguns personagens do longa temos as seguintes adaptações:

Tabela 1 - Adaptações dos nomes dos personagens no filme *Os Incríveis* (2004)

ORIGINAL	DUBLAGEM BRASILEIRA
Robert "Bob" Parr / Mr. Incredible	Roberto "Beto" Pêra / Sr. Incrível
Helen Parr / Elastigirl	Helena Pêra / Mulher-Elástico
Dashiell Robert Parr	Flecha Roberto Pêra

John Jackson "Jack-Jack" Parr	Joselito "Zezé" Pêra
Lucius Best / Frozone	Lúcio Barros / Gelado
Buddy Pine / IncrediBoy	Bochecha/Gurincrível
Gilbert Huph	Gilberto Lima
Tony Rydinger	Toninho Rodrigues

Fonte: Autoria própria (2022)

A sequência, lançada em 2018, permaneceu com os nomes adaptados do primeiro filme, mas optou por manter os nomes originais da maioria dos personagens novos como: Winston Deavor, Evelyn Deavorn e Selick.

Nas dublagens dos longas estão presentes também, principalmente no primeiro filme, uma série de adaptações e inserções de gírias e piadas que buscam atrair o público brasileiro. A fim de exemplificar, um comparativo entre o texto original, a legenda, que busca a tradução mais próxima do material primário, e a dublagem do filme.

Tabela 2 - Adaptações de falas no filme Os Incríveis (2004)

CONTEXTO	ORIGINAL	LEGENDA	DUBLAGEM
Mulher-Elástica dando entrevista sobre a vida de heroína.	" <i>Can you see me in this at the supermarket? Come on.</i> "	"Acha que vou assim ao supermercado? Tem dó!"	"Você acha que eu vou assim na padaria do seu Joaquim? Pode parar!"
Rádio reportando a localização de um crime.	"... <i>traveling northbound on San Pablo Ave.</i> "	"... no sentido norte da <i>Avenida São Paulo.</i> "	"ao norte da <i>Avenida São Paulo.</i> "
Personagem Gelado explicando por que não consegue	" <i>I'm dehydrated, Bob.</i> "	"Estou desidratando, Beto."	"Eu tô desidratando, cumpadi."

usar seus poderes.			
Vilão Síndrome descobrindo que o Sr. Incrível casou e tem filhos.	<i>"You married Elastigirl? Whoa! And got busy."</i>	"Você casou com a Mulher–Elástica? E não tinham televisão!"	"Tu casou com a Mulher-Elástica? E eles não tinham televisão!"

Fonte: Autoria própria (2022)

Apesar das adaptações que visam a identidade brasileira em uma obra estarem menos presentes no segundo filme, o longa ainda conta com algumas.

Tabela 3 - Adaptações de falas no filme Os Incríveis (2018)

CONTEXTO	ORIGINAL	LEGENDA	DUBLAGEM
Personagem Toninho Rodrigues descrevendo os trajes dos heróis que viu.	<i>"I look over and I see these boots."</i>	"Como esquisitice pouca é bobagem, olhei para cima e vi as botas."	"E de repente apareceu uma galera com fantasia de carnaval."
Personagem Beto tenta mudar de assunto ao ver o ônibus dos seus filhos chegar.	<i>"The bus is here!"</i>	"O ônibus chegou!"	"Olha nosso busão chegou!"
Personagem Brick diz para a Mulher-Elástica de onde ele é.	<i>"Wisconsin."</i>	"De Wisconsin."	"Eu sou do Acre."

Fonte: Autoria própria (2022)

3.3 O domínio dos recursos vocais em *Os Incríveis*

Considerando os resultados obtidos por Camila e Gabriela (2007, p. 44), os recursos vocais mais utilizados sob a perspectiva do profissional de dublagem são a articulação, a entonação e a pausa. Dito isso, com o auxílio da direção de dublagem,

o domínio dessas técnicas vocais pelo dublador são fundamentais para uma dublagem de qualidade que busca transparecer as emoções dos personagens com fidelidade. Sob direção de Garcia Junior e Rodrigo Andreatto, **Os Incríveis** e **Os Incríveis 2**, respectivamente, possuem dublagens competentes por se utilizarem destes recursos.

A cena do jantar do primeiro filme, por exemplo, apresenta um embate entre os membros da família Pêra, que possuem diferentes tipos de humor, personalidades e conflitos. Por se tratar de uma cena que constrói uma tensão que culmina em uma briga, o tom de voz dos personagens vai mudando, de resmungos para gritos, assim como o tempo de pausa entre as falas que diminui a fim de evidenciar a euforia da família.

Figura 4 - Cena do jantar no filme Os Incríveis (2004)



Fonte: GEAN FILMES, 2022. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=J0UDx2cXEKk> (Acesso em 26 de outubro de 2022).

3.4 Marketing da dublagem em *Os Incríveis*

O uso de *star talents* como recurso publicitário existe desde os primórdios da dublagem e se mantém até os dias de hoje. Em 2018, oito filmes tiveram a presença de famosos no elenco de dublagem, e **Os Incríveis 2** estava entre eles. O filme contou com: Evaristo Costa, famoso jornalista e apresentador de TV, interpretando o personagem Chad Costa; O apresentador de TV Raul Gil, interpretando o herói Esguicho e os famosos Otaviano Costa e Flávia Alessandra interpretando os irmãos

Wilson e Evelyn, respectivamente. Dois vídeos com as celebridades foram gravados para o canal oficial da Walt Disney do Brasil no YouTube.

O primeiro vídeo é uma rápida entrevista descontraída, os famosos contam como reagiram ao serem convidados para o projeto, como foi a experiência de dublar, o que acharam do filme e é claro, ao final, convidam o público de casa para irem ao cinema assistir as participações deles em tela. O segundo vídeo trata-se de uma dinâmica bem humorada entre as *stars talents*, em que elas devem responder a perguntas sobre o trailer do filme, a pessoa que errar é eliminada. Além disso, os famosos gravaram vídeos para suas redes sociais mostrando os bastidores. Na sessão de comentários dos vídeos é possível ver diversas demonstrações de empolgação e afeto às celebridades ali presentes. **Os Incríveis 2** foi um sucesso de bilheteria no Brasil, se tornando a maior estreia de uma animação no país no seu lançamento.

Figura 5 - Famosos contando a experiência de dublar Os Incríveis 2 (2018)



Fonte: WALT DISNEY STUDIOS BR, 2018. YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=K6Zg5-fNiBQ> (Acesso em 26 de outubro de 2022).

Figura 6 - Dinâmica de perguntas com os famosos



Fonte: WALT DISNEY STUDIOS BR, 2018. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=NJq1cQO2Mb4> (Acesso em 26 de outubro de 2022).

No entanto, não é só dos famosos que vive o marketing da dublagem. Com a internet, os próprios dubladores começaram a divulgar trabalhos que fizeram ou que estão para fazer, seja por meio das suas redes sociais ou entrevistas com outros criadores de conteúdo, por exemplo. A interação com o público aumentou e os rostos dos dubladores passaram a se relacionar com seus trabalhos. Os canais de “mesacast”, por exemplo, que são basicamente podcasts com vídeo e transmitidos ao vivo, são um fenômeno recente e já receberam diversos dubladores para falarem por horas sobre seus trabalhos.

Usando **Os Incríveis** como exemplo, o dublador Guilherme Briggs conta em uma entrevista para o canal Flow Podcast, curiosidades sobre o seu trabalho na dublagem do primeiro filme. Ele conta como chegou na voz da cena do personagem do professor do personagem Flecha, cena que se tornou meme na internet.

Figura 7 - Dublador Guilherme Briggs fala sobre a dublagem de **Os Incríveis (2004)**



Fonte: CORTES DO LUCÃO, 2022. YouTube https://www.youtube.com/watch?v=Q-TSLFcY_A (Acesso em 12 de novembro de 2022).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao escolher o tema do trabalho foi observado um moderado número de materiais acadêmicos a respeito do tema. A reunião de dados e informações dispersos que visavam responder à pergunta de pesquisa se mostraram fundamentais para o apontamento dos recursos que a dublagem utiliza para atrair as pessoas e os seus usos no meio do audiovisual.

A pesquisa busca atestar o uso dos recursos identificados da dublagem nos filmes **Os Incríveis 1 e 2**, separando trechos dos longas que demonstram a aplicação dos artifícios. Para melhor compreensão do tema proposto, o trabalho traz o histórico que levou ao surgimento da dublagem, passando pelos principais eventos. A fim de contextualizar sobre a situação da dublagem em território nacional, o trabalho reúne dados e informações que apontam a preferência da população por conteúdos dublados. Uma vez apresentada a situação da dublagem no país, a monografia mostra o processo de realização da técnica, passando pelas etapas centrais.

Dito isso, foi observado que os filmes apresentam uma dublagem atrativa para o público brasileiro, uma vez que são filmes frenéticos e permitem que foco das pessoas não esteja preso às legendas. Além disso, os longas apresentam personagens humanizados que oscilam por diferentes emoções, requisitando dos dubladores o domínio dos recursos vocais a fim de transparecer de forma fiel os personagens. A respeito da fidelidade, o trabalho aponta como o fator identificação entre público e obra é importante, e muitas vezes para se manter fiel a uma mensagem que precisa ser passada de uma língua para outra, são necessárias adaptações como as que foram observadas nos filmes. Por último, a pesquisa aponta o recurso da utilização de celebridades na dublagem, apresentando os típicos processos de divulgação que acontecem quando existe o envolvimento de um famoso em uma obra. Portanto, todos os recursos apresentados pelo trabalho foram devidamente utilizados nos filmes **Os Incríveis 1 e 2**.

REFERÊNCIAS

AMENDOLA, Gilberto. Novos heróis nas telas: é a hora e a vez dos dubladores no Brasil. **Estadão**, 21 nov. 2021. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,novos-herois-nas-telas-e-a-hora-e-a-vez-dos-dubladores-no-brasil,70003903983#:~:text=Conhecer%20quem%20faz%20a%20voz,dos%20principais%20dubladores%20do%20Pa%C3%ADs>. Acesso em: 3 set. 2022.

BARBOSA, Ihanna; LÍRIO, Jonas. Versão Brasileira: a dublagem toma conta do Brasil. **Jornalismo Especializado UNESP**, 19 set. 2015. Disponível em: <https://jornalismoespecializadounesp.wordpress.com/2015/09/29/versao-brasileira-a-dublagem-toma-conta-do-brasil/>. Acesso em: 2 set. 2022.

BARBOSA, Juliana. Levantamento mostra que brasileiros preferem assistir filmes dublados. **Metrópolis**, 3 ago. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/cinema/levantamento-mostra-que-brasileiros-preferem-assistir-filmes-dublados>. Acesso em: 1 ago. 2022.

BRASIL. [Constituição (1962)]. **Decreto do Conselho de Ministros nº 544, de 31 de janeiro de 1962**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decmin/1960-1969/decretodoconselhodeministros-544-31-janeiro-1962-355790-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 30 abr. 2022.

CASTRO, Davi. Primeiro filme sonoro completa 85 anos. **EBC**, 5 out. 2012. <https://memoria.ebc.com.br/cultura/2012/10/cantor-de-jazz-completa-85-anos#:~:text=Aconteceu%20no%20dia%206%20de,em%201926%2C%20para%20Warner%20Bros>. Acesso em: 28 ago. 2022.

COMO surgiu a dublagem? | Mabel Cezar e Rayani Immediato. [S. l.: s. n.], 2017. 1 vídeo (4 min 56 seg). Publicado pelo canal Sociedade Brasileira de Dublagem. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dCglo-1Q1nQ>. Acesso em: 28 abr. 2022.

DISLEXIA atinge cerca de 15 milhões de brasileiros. **Correio Braziliense**, 10 jun. 2010. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2010/06/10/interna_ciencia_saude,197057/dislexia-atinge-cerca-de-15-milhoes-de-brasileiros.shtml. Acesso em: 2 set. 2022.

GENESTRETI, Guilherme. Pesquisa revela que 6 em 10 brasileiros preferem filmes dublados. **Folha de S.Paulo**, 9 ago. 2015. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/08/1666126-pesquisa-revela-que-6-em-10-brasileiros-preferem-filmes-dublados.shtml>. Acesso em: 1 set. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUILHERME Briggs (Flow) Dublagem de "Os Incríveis", 2022. 1 vídeo (2 min 42 seg). Publicado pelo canal Cortes do Lucão. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Q-TSLFcY__A. Acesso em: 26 out. 2022.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LESSA, Leandro Pereira. **A dublagem no Brasil**. 2002. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, da Universidade Federal de Juiz de Fora, 2002. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/Leandro-Pereira-Lessa.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2022.

LUCAS Veloso – o multi talentoso. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (8 min 37 seg). Publicado pelo canal Wendel Bezerra. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KxgAlrf9dT4>. Acesso em: 30 ago. 2022.

LUTA final (2/2) Os Incríveis (2004) Dublado HD. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (4 min 28 seg). Publicado pelo canal Queni. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=trFC3tuMFhQ>. Acesso em: 26 out. 2022.

MACHADO, Geraldo. História da Comunicação Humana. **Info Escola**. ([201?]). Disponível em: <https://www.infoescola.com/historia/historia-da-comunicacao-humana/#:~:text=As%20primeiras%20inscri%C3%A7%C3%B5es%20procedem%20de,a%20era%20da%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20social>. Acesso em: 29 ago. 2022

MACHADO, Nelson. **Versão Brasileira**. São Paulo: [S. n.], 2004.

MÍDIA em foco analisa o mercado da dublagem. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (25 min 48 seg). Publicado pelo canal TV BRASIL. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=yx3O-Gk_bjA1Q1nQ. Acesso em: 30 ago. 2022.

NERY, David. Famosos dublando é um bom negócio? **Nível Épico**, 2017. Disponível em <http://www.nivelepico.com/2017/04/29/famosos-dublando-e-um-bom-negocio/>. Acesso 26 nov. 2018.

NEUROBUSINESS, IPDOIS. IPDOIS Neurobusiness: Filme legendado 'rouba' 25% da atenção do telespectador. **PR Newswire**, 25 de jul. de 2012. Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/ipdois-neurobusiness-filme-legendado-rouba-25-da-atencao-do-telespectador-163691926.html>. Acesso em: 2 set. 2022.

O QUE eu acho de famosos dublando. [S. l.: s. n.], 2017. 1 vídeo (10 min 6 seg). Publicado pelo canal Wendel Bezerra. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7VGnPKWbCZs>. Acesso em: 30 de ago. 2022.

OS INCRÍVEIS - Cena do Jantar | Dublado HD. [S. l.: s. n.], 2022. 1 vídeo (3 min 35 seg). Publicado pelo canal Gean filmes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=J0UDx2cXEKk>. Acesso em: 26 out. 2022.

OS INCRÍVEIS 2 - 28 de junho nos cinemas - Dubladores. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (2 min 30 seg). Publicado pelo canal Walt Disney Studios BR. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NJq1cQO2Mb4>. Acesso em: 26 out. 2022.

OS INCRÍVEIS 2 - Dubladores comentam sobre participação no filme. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (2 min 26 seg). Publicado pelo canal Walt Disney Studios BR. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=K6Zg5-fNiBQ>. Acesso em: 26 out. 2022.

PENNA, Mariana Tolentino Fernandes. **Kirikou e a feiticeira: a produção da dublagem**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso em Cinema e Audiovisual. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2018. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/cinema//files/2018/06/TCC-Mariana-Tolentino.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2022.

PERSEGUIÇÃO na ilha (2/2) Os Incríveis (2004) Dublado HD. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (3 min 49 seg). Publicado pelo canal Queni. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zdqhx1oO9U&list=PL5mpBQENxWFy2SOt3oY82JZ3KGOhoGprh>. Acesso em: 26 out. 2022.

PIMENTEL, Gabriel Lopes. **A Dublagem e a Estratégia de Marketing Acerca de Celebidades Dublando Produções Audiovisuais no Brasil**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso. Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, 2019. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1611340230.pdf>. Acesso em: 2 set. 2022.

PIMENTEL, Gabriel. Mercado de Dublagem cresce a cada ano no Brasil em salas de cinema e em casa. **Agência Uva**, 24 de maio de 2019. Disponível em: <https://agenciauva.net/2019/05/24/mercado-de-dublagem-cresce-a-cada-ano-no-brasil-em-salas-de-cinema-e-em-casa/#:~:text=Christiane%20Monteiro%3A%20Quando%20eu%20comecei,na%20imagem%20encaixa%20os%20di%C3%A1logos>. Acesso em: 30 ago. 2022.

SANTIERO, Camila Sauda; DAMILANO, Gabriela. **O uso de recursos vocais sob os olhares dos profissionais da voz: atores, cantores, dubladores, locutores e telejornalistas**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso em Fonoaudiologia da Pontifícia. Universidade Católica de São Paulo, 2007. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/18556>. Acesso em: 1 de set. 2022.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Heber de Oliveira Costa e. **Variedades Linguísticas Na Localização De Games: Dialeto e raças do World of Warcraft**. 2014. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/scientia/article/view/1980-4237.2014n15p94>. Acesso em: 2 set. 2022.

TUDO Mundo Ama Refil. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (58 seg). Publicado pelo canal McDonald's Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dYHCxqaAiYk>. Acesso em: 30 set. 2022.

WIMMER, Roger D.; DOMINICK, Joseph R. **La investigación científica de los medios de comunicación**: uma introdução a sus métodos. Barcelona: Bosch, 1996.

WODEVOTZKY, Robson; BAITELLO JUNIOR, Norval. Processos de criação em dublagem. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 173-184, jan./jun. 2020.

Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/download/163697/161942/420042#:~:text=Compreender%2Dse%2D%C3%A1%20dublagem%20como,transpar%C3%Aancia%20poss%C3%ADvel%2C%20tentar%C3%A1%20simular%20que.> Acesso em: 27 ago. 2022.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn; SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: A perspectiva dos Estudos Culturais. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. p. 7-14.