

## Redesign e *localização* em jogos digitais<sup>1</sup>

### *Redesign and localization in digital games*

Divaldo VALVERDE JR<sup>2</sup>  
Marcos NICOLAU<sup>3</sup>

#### Resumo

Atualmente, os jogos digitais resultam dos esforços de *game designers* multiculturais, envolvendo especialistas de diferentes nações e origens culturais. Estes jogos são frequentemente comercializados em inúmeros países e, por esta razão, passam pelo processo de *localização* – que compreende o esforço para trazer esses jogos mais próximos do ambiente cultural das audiências a que se destinam. Este artigo apresenta uma discussão sobre o processo de *localização* e redesign de jogos digitais, discutindo tanto os elementos que constroem a noção de *localização*, quanto as implicações de localizar um jogo digital, levando em consideração determinados público.

**Palavras-chave:** Redesign. *Localização*. Jogos digitais.

#### Abstract

Currently, digital games are the result of the endeavors of multicultural teams, counting on experts from different national and cultural origins. These games are often marketed in different countries and, for that reason, go through processes of localization – which comprise the efforts aimed at bringing these games closer to the cultural environment of the audiences at which they are aimed. This article presents a discussion on the processes of localizing and redesigning a game, discussing both the elements that construe the notion of localization and the implications of localize a game, taking into account a certain audience.

**Key words:** Redesign. *Localization*. Digital games.

#### Introdução

Jogos digitais são uma forma de entretenimento recorrente na atualidade. Com os avanços tecnológicos, a indústria de desenvolvimento de jogos digitais consegue

---

<sup>1</sup> Extraído e adaptado da dissertação de mestrado em andamento.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Arte (PPGCCA/UFPB).  
E-mail: divaldo.junior@lavid.ufpb.br

<sup>3</sup> Professor Pós-doutor do Programa de Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes (PPGCCA/UFPB).  
E-mail: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

oferecer jogos cada vez mais longos, apresentando recursos gráficos mais detalhados e atrativos nas mais diferentes plataformas, indo de dispositivos que cabem na palma de sua mão, até em sistemas que ocupam todo ambiente. Como uma das atividades de entretenimento mais procuradas, os jogos digitais passaram por evoluções tecnológicas e de design de jogo.

O redesign de jogos digitais é um processo de repensar um ou mais elementos de um jogo original como a interface, as mecânicas, a forma como a narrativa é apresentada no jogo, revisões estéticas, artísticas, culturais e a tecnologia utilizada como plataforma (XIMENES, MACHER e CAMPOS, 2008). O conceito redesign deriva do conceito design, adequado para um processo de produção e ajuste em um relançamento de jogo.

O propósito de se realizar um redesign em relançamentos é relançar um jogo com modificações, porém mantendo a identidade do original. A indústria de jogos aproveita grandes sucessos e relançam estes jogos motivados pelo ganho financeiro, pela nostalgia dos jogadores que conhecem o jogo original e em alguns casos, pela inovação proposta pelo redesign. O redesign pode servir ainda para dar uma “cara nova” para jogos que não atendem as exigências do público atual, aumentando a margem de lucro da empresa com o mesmo jogo.

Nesse contexto, o objetivo principal deste artigo é apresentar as formas de *localização* e seus elementos essenciais que se constata no redesign de jogos digitais. Para tanto, será necessário compreender os conceitos de redesign e de *localização* aplicados aos jogos digitais de um modo geral.

## **Redesign de jogos digitais**

O conceito de redesign, segundo Ximenes, Macher e Campos (2008) está relacionado a reformulação de um produto para aperfeiçoá-lo esteticamente e funcionalmente, com o objetivo de corrigir defeitos apresentados por versões anteriores. Ullman (2010, p. 37) identifica o redesign como a “modificação de um produto existente para encontrar novos requerimentos”. O autor explica que esses novos requerimentos estão relacionados às vantagens apresentadas pelos novos recursos disponíveis, novas

necessidades dos consumidores, assim como atrair novos consumidores. Lobäch (2001) vê o conceito redesign como um desenvolvimento continuado de um produto, listando motivações para se realizar o redesign como: introdução de novas tecnologias, materiais e processos; descoberta de modos de facilitar o uso e; mudanças da necessidade do usuário.

O redesign de jogos digitais é um reprocesso no desenvolvimento de jogo. Nele o designer pode explorar diferentes ideias e soluções para o artefato desenvolvido (BARBOSA; SILVA, 2010). O redesign ocorre em dois momentos distintos no desenvolvimento de um jogo, enquanto processo de design ou como resultado de um processo através de um relançamento. Utilizando como base um modelo simples de design de interação humano computador, pode-se entender o redesign antes do lançamento de um jogo como uma etapa de um processo cíclico de design, podendo ocorrer na primeira iteração de design e também ser revisado indeterminadas vezes ou pelo tempo que o orçamento do projeto permitir, antes da entrega do produto final. Neste modelo de design, o redesign faz parte do processo cíclico, podendo ou não ser percebido pelo público que terá acesso ao jogo. Caso a desenvolvedora ofereça vídeos promocionais do jogo ou permita que o jogo seja jogado na etapa de testes, o público poderá ter acesso e sugerir alterações no redesign de jogo.

O redesign de um jogo já lançado, é realizado quando as empresas desejam fazer um relançamento desse jogo apresentando mudanças em elementos como as mecânicas, a arte, mudanças em elementos culturais, uso de novas tecnologias e a história. O resultado deste processo trata-se de redesign, pois inicia seu ciclo de desenvolvimento baseando-se e limitando-se a algumas características do design de um produto finalizado, gerando um novo produto que mantém a identidade do jogo, porém apresentando novos elementos.

Bates (2004, p.36) diz que “se você sabe exatamente o que você quer construir, você não gastará tempo e dinheiro criando materiais que serão cortados no fim da produção”. O autor aponta que a economia de design ajuda os desenvolvedores em limites de prazo e de orçamento. O processo de relançar um jogo digital permite aos desenvolvedores maior liberdade para alterações em elementos além dos gráficos,

permitindo alterar a jogabilidade, as mecânicas de jogo e a forma que narrativas são construídas e apresentadas no jogo (MONTEIRO, 2016).

O redesign pode ser feito com ênfase em um ou mais elementos que compõem um jogo. Na indústria de jogos, assim como sites especializados e na academia, muitos conceitos aparecem para denominar um tipo de redesign, para caracterizar quais mudanças existirão no relançamento do jogo. Alguns deles são: o remake, o reboot, o remaster, o port e a *localização* de jogos. Alguns tipos de redesign podem acontecer em um mesmo relançamento, como um remaster e localização. Estes conceitos são muito utilizados por stakeholders de jogos digitais, porém são pouco explorados na academia e por vezes geram confusão quanto ao seu uso. Este artigo pretende discutir o processo de redesign associado à localização de elementos do jogo.

## ***Localização***

Para Schäler (2010), o termo localização está associado à adaptação linguística e cultural de um conteúdo digital aos requerimentos locais de um mercado estrangeiro. O autor lista que o processo de localização inclui a tradução de texto, mas não se limita a isso. Para Honeywood (2007) a motivação da localização é ajustar diferenças culturais para o público alvo para criar um produto que possa concorrer com outros produtos de língua nativa.

A localização pode alterar ou suprimir algum material do jogo, engendrada por motivos culturais e/ ou pela censura. A censura ocorre com:

[...] a supressão de material que pode ser considerado censurável, prejudicial, sensível, politicamente incorreto ou inconveniente, conforme determinado pelos governos, meios de comunicação, autoridades ou outros grupos ou instituições (CENSORSHIP, 2017,online, tradução nossa)<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Censorship refers to the suppression of material that may be considered objectionable, harmful, sensitive, politically incorrect or inconvenient as determined by governments, media outlets, authorities or other groups or institutions.

Schäler (2010, p.211-213) sintetiza um processo genérico de *localização*, que consiste nos seguintes processos:

1. *Análise* – Conjunto de perguntas para montar um sumário de diretrizes da localização, com recomendações e formas de proceder com a localização;
2. *Preparação* - Equipe de localização prepara um kit contendo o material original, guias de estilo, scripts de texto, descrição do que deve ser entregue e qual a responsabilidade de cada membro, assim como um esboço de cada tarefa;
3. *Tradução* – No caso de textos, nem toda a tradução é realizada por tradutores humanos, sendo algumas traduções semiautomáticas, realizadas por softwares especializados que são posteriormente verificados por humanos;
4. *Engenharia e testes* - Remontar o artefato para testes de funcionalidade, *layout* e de corretude linguística;
5. *Revisão* - Para evitar erros, as equipes responsáveis pela localização fazem uma revisão completa.

Sandrini (2008) alerta que, dependendo da abordagem da equipe de desenvolvimento no que diz respeito a forma de organizar o código do programa do jogo, os códigos do jogo e elementos que serão traduzidos podem estar localizados no mesmo lugar, como elementos da interface virtual de usuário como menus, textos, caixas de diálogo. O autor aponta que outras modificações de *localização* que usualmente ocorrem no código do programa de jogo são alterações no formato de hora e data, teclas de atalho, a moeda corrente do jogo, entre outros. Esta prática, salienta Sandrini, é um problema na *localização* de um software, já que o código de programação e os elementos que serão localizados devem estar separados. Cenários em que palavras homônimas que podem representar uma instrução no programa ou algum texto à ser *localizado*, causam confusão e podem gerar erros posteriores no software.

O redesign em um jogo ocorre principalmente nos assets do mesmo. Assets são recursos utilizados para compor um jogo digital, como elementos gráficos e de áudio. Chandler (2012) divide os *assets* para localização em *assets* de texto, que agrupam elementos como a história, falas textuais e outros elementos textuais apresentados na interface gráfica; *assets* de arte, que são elementos visuais como ícones, itens, objetos visuais do jogo; *assets* de *voiceover* que são os áudios que envolvem falas e diálogos e; *assets* de cinemática como as *cutscenes*. Os *assets* que podem ser localizados no jogo são diversos, podendo ocorrer alterações nos textos, gráficos, de *layout da* interface gráfica, dublagens, animações em expressões físicas e faciais dos personagens, no estilo de fonte dos textos, no áudio e até na jogabilidade.

A *localização* nos textos ocorre para adequar o texto ao novo público, através de traduções capazes de adaptar o texto linguisticamente e culturalmente. Para a localização da interface, os desenvolvedores devem estar atentos aos costumes de interação do público alvo. Glezos (2017) exemplifica o caso da alteração na disposição de elementos da página inicial da rede social Facebook. Em países Hebreus e Árabes, por exemplo, a leitura de texto é realizada da direita para esquerda, diferentemente de países como o Brasil e o Estados Unidos. Campos de preenchimento de textos assim como os textos e elementos gráficos tiveram seu posicionamento modificado para se adequar ao costume de leitura daquele país.

A *localização* de gráficos pode retirar ou acrescentar gráficos e animações para trazer maior coerência e comunicabilidade nos elementos do jogo. No exemplo da figura 52 o jogo Alex Kidd in Miracle World lançado em 1986 para o console Sega Master System, o personagem Alex consome um bolinho de arroz no final dos níveis. Com pouca capacidade de representar detalhes na época, o jogo de arte pixelada, apresentava algo comestível nas cores preto e branco, elemento fácil de identificar no Japão, porém confuso para os jogadores de outras regiões (D'ANGELO, 2016). O jogo foi localizado, trocando a refeição de Alex, do bolinho de arroz exibido na versão japonesa, por hambúrguer na versão ocidental.

**Figura 1** – Alex Kidd antes e depois da localização



Fonte: D'ANGELO, 2016<sup>5</sup>.

A *localização* de dublagens está relacionada também aos ajustes linguísticos e culturais. Neste caso exige um trabalho adicional para a desenvolvedora do jogo, contratando novos dubladores para regravar as falas em uma língua diferente do original. Nos jogos em que as dublagens estão sincronizadas com os movimentos dos lábios dos personagens, também é comum ocorrer ajustes nas animações dos personagens para adequar a sincronização entre animação e áudio (HONEYWOOD, 2007).

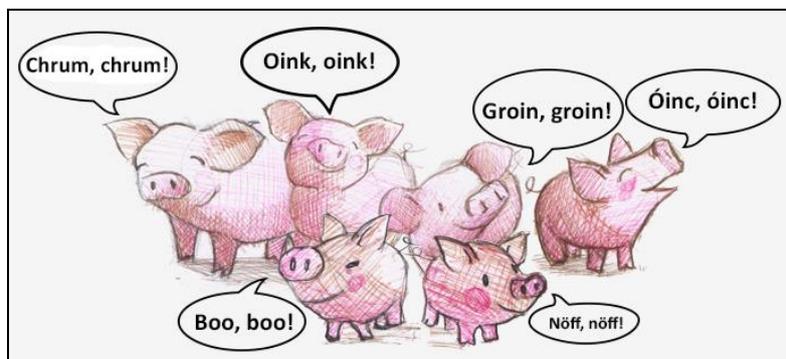
As *localizações* de expressões físicas ocorrem na alteração de animação para se adequar a cultura local onde o jogo será lançado (HONEYWOOD, 2007). Essa alteração visa ajustar a mensagem almejada pelos desenvolvedores ao público alvo. Um exemplo simples pode ser a forma como os personagens se cumprimentam. O cumprimento, que é uma coisa tão natural e comum em narrativas, possui tantas variações quanto pode se pensar. No Brasil o cumprimento pode variar de um aperto de mãos e/ou um abraço e/ou um ou mais beijos no rosto, costume que varia por região. Em outros países, como o Japão por exemplo, as pessoas se curvam para se cumprimentar. Na Índia, por sua vez, ser tocado com a mão esquerda não é bem visto

<sup>5</sup> Disponível em: < <https://tinyurl.com/yc58l3tp> >. Acesso em: 28 dez. 2017.

pois esta mão é utilizada para a higienização pessoal. Uma escolha errada pode causar estranheza e até dúvida para o jogador.

A *localização* do áudio ocorre para ajustar sons mais tradicionais e/ou conhecidos pelo público alvo. Um caso didático para a localização do áudio em jogos digitais são as onomatopeias, ou seja, a forma escrita que se representa sons naturais, como os feitos por animais, barulhos de copos quebrando, etc. Uma desenvolvedora de jogos pode adicionar em um cenário um chiqueiro ao fundo com porquinhos grunhindo. O direcionamento artístico do jogo pode apontar para o uso das onomatopeias através do uso de sonoplastia ou dublagem. No Japão, o grunhido é representado por “boo, boo!”, na França por “groin, groin!”, no Brasil por “oinc, oinc!”, entre várias outras variações (PAIVA, 2015), ilustradas na figura 2. Ajustar o áudio do grunhido ao culturalmente conhecido pelo público alvo é uma forma de *localização*.

**Figura 2** – Onomatopeia de porquinhos no mundo.



Fonte: Paiva (2015) <sup>6</sup>.

A *localização* na jogabilidade ocorre em ajustes na dificuldade assim como ajustes simples em alguns elementos de mecânicas e design de níveis do jogo. Liu (2017) descreve um exemplo de localização na jogabilidade para o jogo *Detention* (2017). Segundo Lou, o jogo *Detention* possui elementos culturais e religiosos conhecidos no leste asiático. Quando os desenvolvedores trabalharam na localização para almejar públicos ocidentais, perceberam que elementos das mecânicas do jogo possuíam referências a religiões taoistas que podiam causar confusão nos jogadores. A solução foi reduzir elementos culturais no design dos puzzles por elementos que

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://tinyurl.com/ya49t559> >. Acesso em: 28 maio 2018.

exigissem mais o raciocínio lógico dos jogadores. Honeywood (2007) exemplifica outro caso da localização na jogabilidade nos primeiros jogos de Final Fantasy, em que os desenvolvedores diminuíram a dificuldade do jogo através da redução de encontros aleatórios com inimigos e ajustaram os *status* dos personagens para adequar melhor o jogo ao público alvo.

## Considerações finais

O redesign é um instrumental apropriado que influencia a modernização do jogo. A *localização*, por sua vez, é um processo de redesign que demanda conhecimento específico e uma equipe com pessoas qualificadas para esta tarefa. Mesmo preparada, uma equipe de desenvolvimento pode se deparar com situações que complicam ou impossibilitam a *localização*. Elementos centrais de um jogo podem ser totalmente censuráveis em determinadas culturas, tornando-se desinteressante a *localização* do mesmo.

Numa época em que o mercado de jogos transcende fronteiras a partir de uma tecnologia digital que se configura em suportes dos mais diversos, o cuidado com a localização precisa ser redobrado. Isso implica na maior ou menor compreensão da jogabilidade e na conseqüente aceitação ou rejeição do jogo digital por parte de jogadores de diferentes culturas e nacionalidades.

Nesse sentido, a *localização* de jogos tem atraído a atenção de jogadores do mundo inteiro, pela maior acessibilidade que a língua nativa proporcionada aos jogadores. Esta ação traz um sentimento de “consideração” do ente desenvolvedor para com as necessidades do público alvo.

## Referências

BARBOSA, Simone; SILVA, Bruno. **Interação humano-computador**. Elsevier Brasil, 2010.

BATES, Bob. **Game design**. Premier Press, 2. ed. Boston, MA. 2004.

CENSORSHIP. *In*: Final Fantasy Wiki, 28 dez. 2017. Disponível em: < <https://tinyurl.com/y8nakxse> >. Acesso em: 28 dez. 2017.

CHANDLER, Heather Maxwell. **Manual de produção de jogos digitais**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

D'ANGELO, David. **Shovel knight Japan localization**. *In*: Gamasutra. Disponível em: < <https://tinyurl.com/yc58l3tp> >. Acesso em: 28 dez. 2017.

GLEZOS, Dimitri. **Designing a localization-friendly user interface (Part 1)**. *In*: Transifez, 3 jan. 2018. Disponível em: < <https://tinyurl.com/yadmbmn2> >. Acesso em: 3 jan. 2018.

HONEYWOOD, Richard Mark. **The Square Enix approach to localization**. *Slides*. Game Developers Conference, GDC 2007. São Francisco. 2007. Disponível em: < <https://tinyurl.com/y99t5ode> >. Acesso em: 28 dez. 2017.

LIU, Tiff. **Detention postmortem: localizing a taiwanese game for western audiences**. *In*: Portal Gamasutra. 2017. Disponível em: < <https://tinyurl.com/yanfrdd2> >. Acesso em: 28 dez. 2017.

LÖBACH, Bernd - **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais** / Bernd Löbach; tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Blucher. 2001.

MONTEIRO, Rafael. **Conheça as diferenças entre remaster, remake e retrocompatibilidade**. Online. 2016. Disponível em: < <https://tinyurl.com/y7trempb> >. Acesso em: 13 dez. 2017.

PAIVA, Wayne. **Como soam os animais mundo afora**. Online. Blog Listen & Learn. 2015. Disponível em: < <https://tinyurl.com/ya49t559> >. Acesso em: 3 jan. 2018.

SANDRINI, Peter. **Localization and translation**. LSP Translation Scenarios. v. 2. 2008. Disponível em: < <https://tinyurl.com/y8aslanv> >. Acesso em: 28 maio 2018.

SCHÄLER, Reinhard. **Localization and translation**. Handbook of translation studies. v. 1. 2010. Disponível em: < <https://tinyurl.com/ybmb4uot> >. Acesso em: 28 maio 2018.

ULLMAN, David G. **The mechanical design process**. 4. ed. Boston: McGraw-Hill, 2010.

XIMENES, Mateus; MALCHER, Luíz Moura Frank; CAMPOS, André Neves Fábio. **Redesign de jogos clássicos**. *In*: Proceedings of VII Brazilian Symposium of Games and Digital Entertainment. 2008. Disponível em: < <https://tinyurl.com/y9wlqmnu> >. Acesso em: 28 maio 2018.