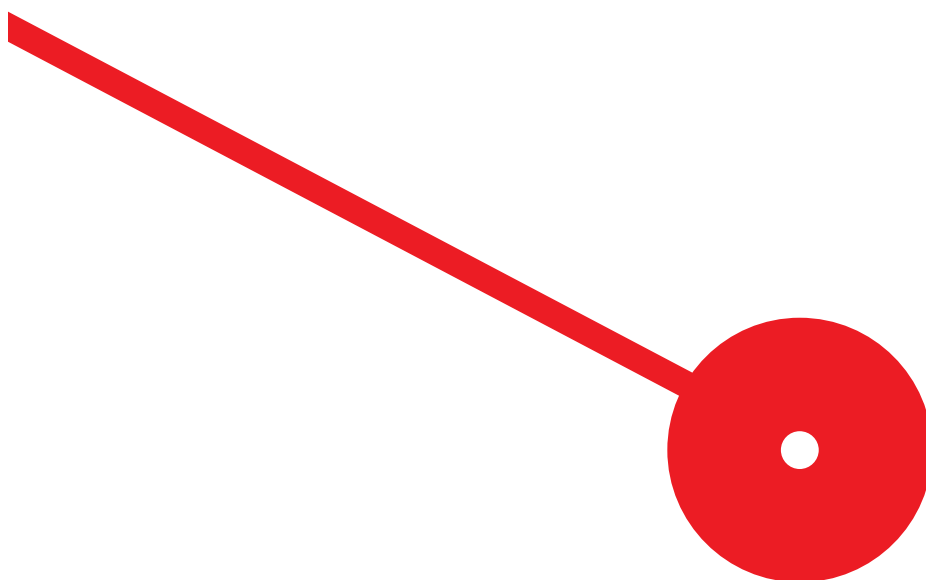




Localização sem IA? Tendências da Indústria e Prática Profissional: Relatório de Estágio na Wordfoxes Laura Mestre

07/2026

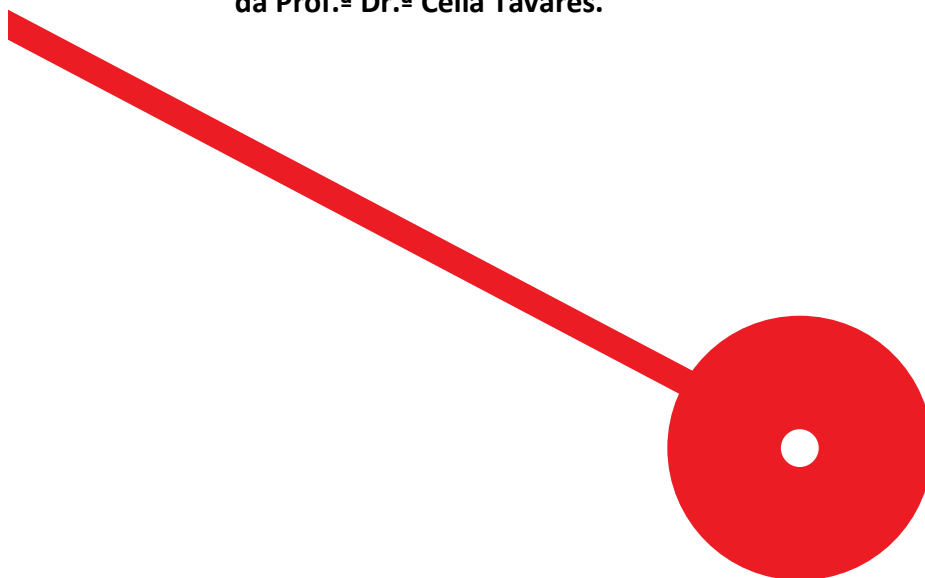




Localização sem IA? Tendências da Indústria e Prática Profissional: Relatório de Estágio na Wordfoxes

Laura Mestre

**Relatório de Estágio apresentado ao Instituto Superior de
Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de
Mestre em Tradução e Interpretação Especializadas, sob orientação
da Prof.^a Dr.^a Célia Tavares.**



Dedicatória

À minha mãe, que partiu cedo demais, mas cujo amor continua a guiar cada passo que dou.

Aos meus avós maternos, que já não estão presentes, mas cuja memória me acompanha.

À minha Tia Isabel, que assumiu o papel de mãe ao longo de todos estes anos e sem a qual nada disto teria sido possível. Foi ela quem sempre acreditou que eu era capaz de ir mais longe, quem me mostrou que uma formação académica podia transformar o meu futuro e quem me ensinou a não desistir, mesmo quando o caminho parecia difícil. Procurou transmitir-me os valores que a minha mãe me teria transmitido e, com cada gesto, cada palavra e cada incentivo, fez cumprir a promessa que lhe fez nos seus últimos momentos: que cuidaria de mim e que nunca desistira de mim. Agradeço-lhe do fundo do coração por ter cuidado sempre de mim. Este trabalho é, em grande parte, seu.

Agradecimentos

A conclusão deste relatório não teria sido possível sem o contributo de um conjunto de pessoas que, de diferentes formas, marcaram este percurso. A cada uma delas, o meu reconhecimento e a minha gratidão.

À Professora Doutora Célia Tavares, minha orientadora, expresso a minha mais profunda gratidão. A sua orientação rigorosa e exigente, a sua disponibilidade constante e a confiança que depositou em mim foram determinantes para a conclusão deste trabalho. Mais do que uma orientadora, foi uma referência de profissionalismo e de dedicação que levarei comigo como exemplo ao longo do meu percurso profissional.

À Professora Doutora Sandra Ribeiro, agradeço a disponibilidade que sempre demonstrou e toda a ajuda prestada ao longo deste percurso. O seu apoio foi um contributo valioso ao longo de todo o mestrado.

À Wordfoxes, pela oportunidade de realizar o meu estágio curricular num ambiente profissional estimulante e acolhedor. Ao Helder Costa, ao Ricardo Alves, ao Tiago Vieira, ao Romain Sousa e ao Luís Müller, agradeço a confiança, a partilha de conhecimento e o acompanhamento ao longo dos seis meses de estágio. Um agradecimento especial é igualmente dirigido a todos os profissionais que aceitaram participar nas entrevistas e no inquérito, cuja colaboração foi essencial para a componente de investigação deste relatório.

À Dra. Filipa Heitor, agradeço o acompanhamento ao longo deste ano. O seu apoio foi fundamental para que eu pudesse manter o equilíbrio necessário para enfrentar as exigências deste percurso, e reforçou em mim a convicção de que cuidar da saúde mental é uma condição essencial para alcançar os objetivos a que nos propomos.

Ao Guille, agradeço por estar sempre ao meu lado, por celebrar cada conquista como se fosse sua e por acreditar em mim mesmo nos momentos em que eu própria duvidava. A sua motivação constante e o seu apoio incondicional foram uma força silenciosa, mas decisiva, ao longo de todo este percurso.

Às minhas amigas Cláudia, Mafalda, Joana, Marta e Zina, agradeço a amizade, o companheirismo e as palavras de incentivo que tantas vezes fizeram a diferença. O vosso apoio foi um dos pilares mais importantes desta jornada.

Por fim, a todos os que, direta ou indiretamente, tornaram possível a conclusão desta etapa, o meu sincero obrigada.

A versão final desta dissertação integra as sugestões e comentários apresentados pelo júri durante a discussão pública realizada a 29 de julho de 2026.

Resumo:

O presente relatório descreve e reflete a experiência de estágio curricular realizado na Wordfoxes, empresa portuguesa especializada em localização de videojogos, entre outubro de 2025 e abril de 2026, no âmbito do Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas (MTIE) do ISCAP – P.PORTO. Ao longo de seis meses, em regime híbrido, foi possível aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da formação académica, aprofundar competências em localização de videojogos e desenvolver capacidades práticas em ferramentas de tradução assistida como o memoQ, o Lokalize e o Crowdin. O relatório inclui um enquadramento teórico sobre a indústria de localização de videojogos, o estado do mercado em Portugal e os debates atuais em torno da adoção de inteligência artificial neste setor. Apresenta, ainda, o enquadramento da empresa, a motivação para a escolha do estágio e os projetos desenvolvidos, articulando a experiência prática com as questões de investigação relativas ao posicionamento da Wordfoxes face à inteligência artificial e às perceções dos profissionais do setor sobre o impacto desta tecnologia na qualidade, na eficiência e na criatividade do seu trabalho.

A análise permitiu concluir que o posicionamento da Wordfoxes assenta numa recusa fundamentada da inteligência artificial, sustentada por razões éticas e de qualidade, que funciona simultaneamente como garantia de qualidade e como fator de diferenciação. Verificou-se ainda que a perceção crítica desta tecnologia é partilhada por profissionais dentro e fora da empresa, distinguindo-se estes sobretudo pela desigual capacidade de agir em conformidade com essa perceção, condicionada pelas pressões económicas do mercado. Esta experiência contribuiu para compreender o papel do localizador num mercado de nicho em Portugal, a relevância de um posicionamento ético face à tecnologia e os desafios práticos da localização de videojogos, contribuindo para o crescimento académico e profissional.

Palavras-chave: Localização, Videojogos, Inteligência Artificial, Ferramentas CAT

Abstract:

This report describes and reflects upon the curricular internship carried out at Wordfoxes, a Portuguese company specialising in videogame localization, between October 2025 and April 2026, within the scope of the Master's degree in Specialised Translation and Interpreting (MTIE) at ISCAP – P.PORTO. Over six months, in a hybrid working arrangement, it was possible to apply the knowledge acquired throughout the academic programme, deepen competencies in videogame localization, and develop practical skills across computer-assisted translation tools, namely memoQ, Lokalize, and Crowdin. The report includes a theoretical framework on the videogame localization industry, the state of the market in Portugal, and current debates surrounding the adoption of artificial intelligence in this sector. It also presents the company's profile, the motivation behind the choice of internship and the localization projects carried out, linking the practical experience to the research questions underpinning this study, namely how Wordfoxes' position on artificial intelligence differs from prevailing practices in the video game localization industry, and the professionals' perceptions of the impact of this technology on the quality, efficiency and creativity of their work.

The analysis led to the conclusion that Wordfoxes' position rests on a reasoned refusal of artificial intelligence, grounded in ethical and quality-related concerns, which functions simultaneously as a guarantee of quality and as a factor of differentiation. It was further found that a critical perception of this technology is shared by professionals both within and outside the company, who differ mainly in their unequal capacity to act in accordance with that perception, constrained by the economic pressures of the market. This experience contributed to a deeper understanding of the role of the localizer in a niche market in Portugal, the relevance of an ethical stance towards technology and the practical challenges of videogame localization, fostering both academic and professional growth.

Key words: Localization, Videogames, Artificial Intelligence, CAT Tools

Índice geral

Introdução	1
Capítulo 1 – Revisão da Literatura	5
1.1 A Tradução e a Localização	6
1.1.1 Localização de videojogos.....	8
1.2 Tendências da Indústria	9
1.3 Competências do “novo” localizador	11
Capítulo 2 – Estágio na Wordfoxes	14
2.1 Apresentação	15
2.2 Estrutura organizacional e Missão.....	16
2.3 Missão.....	17
2.4 Serviços	17
2.5 Canais de Comunicação e Promoção da Wordfoxes	18
2.6 Redes Sociais.....	19
2.7 Tarefas desenvolvidas.....	19
2.7.1 Localização do jogo “MoteMancer”.....	20
2.7.2 Tradução de conteúdos externos – Overwatch II e NARNOK	23
2.7.3 Projetos fora do âmbito dos videojogos – Crypto.com & Dachser	26
Capítulo 3 – Metodologia	30
3.1 Metodologia: Estudo de caso com a Wordfoxes	31
3.2 Questões e Objetivos de Investigação	32
3.3 Instrumentos de avaliação	33
3.3.1 Entrevistas	33
3.3.2 Inquérito por questionário	35
3.3.3 Amostra	37
Capítulo 4 – Resultados	39
4.1 Grupo A – Direção Wordfoxes.....	40

4.2	Grupo B – Tradutores da Wordfoxes	42
4.3	Grupo C – Tradutores externos com recurso a IA	48
4.4	Síntese comparativa	54
	Capítulo 5 – Discussão de Resultados	57
5.1	QI 1 - Posicionamento da Wordfoxes face à IA e as suas motivações.....	58
5.2	QI 2 – As perceções dos profissionais sobre o impacto da IA	59
	Capítulo 6 - Conclusões	63
	Referências bibliográficas	67
	Apêndices.....	70
	Apêndice A – Entrevista ao Grupo A (Direção Wordfoxes)	71
	Apêndice B – Entrevista ao Grupo B (Tradutores Wordfoxes).....	73
	Apêndice C – Questionário ao Grupo C (Tradutores externos que usam IA – versão em português)	75
	Apêndice D – Questionário ao Grupo C (Tradutores externos – versão em inglês)...	78
	Apêndice E – Respostas do Grupo A (Direção Wordfoxes – Entrevistado A1)	81
	Apêndice F – Respostas do Grupo A (Direção Wordfoxes – Entrevistado A2).....	83
	Apêndice G – Respostas do Grupo B (Tradutores da Wordfoxes – por ordem: B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B8, B9).....	86

Índice de Figuras

Figura 1: Estrutura Organizacional da Wordfoxes	17
Figura 2: Página do jogo NARNOK na plataforma Steam – descrição geral (tradução própria)	24
Figura 3: Página do jogo NARNOK na plataforma Steam – características do jogo (tradução própria)	24
Figura 4: Página do jogo NARNOK na plataforma Steam – características do jogo (tradução própria)	24

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Percepção do impacto da IA na qualidade	43
Gráfico 2: Percepção do impacto da IA na eficiência	44
Gráfico 3: Percepção do impacto da IA na criatividade	45
Gráfico 4: Percepção das vantagens e limitações de não utilizar IA	46
Gráfico 5: Percepções quanto à evolução e futuro da localização	47
Gráfico 6: Síntese das percepções sobre o impacto da IA (Grupo B)	48
Gráfico 7: Distribuição das percepções sobre o estado atual da IA na indústria.....	49
Gráfico 8: Distribuição das percepções sobre o futuro da localização	50
Gráfico 9: Distribuição do tipo de transição para a IA	51
Gráfico 10: Distribuição das percepções sobre o impacto da IA na qualidade	52
Gráfico 11: Distribuição das percepções sobre o impacto da IA na eficiência	52
Gráfico 12: Distribuição das percepções sobre o impacto da IA na criatividade	53
Gráfico 13: Visão comparativa das três dimensões centrais: qualidade, eficiência e criatividade	54

Lista de abreviaturas

IA	Inteligência Artificial
CEO	Diretor Geral (<i>Chief Executive Officer</i>)
CAT	Computer-Assisted Translation
COO	Diretor de Operações (<i>Chief Operating Officer</i>)
GAIE	Gabinete de Apoio à Inovação em Educação
QI	Questão de Investigação
GILT	Globalização, Internacionalização, Localização e Tradução
ISCAP	Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto
ISO	<i>International Organization for Standardization</i>
LQA	Language Quality Assurance
MTIE	Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas
MTPE	<i>Machine Translation Post-editing</i>
MQM	Multidimensional Quality Metrics
RGPD	Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados

INTRODUÇÃO

O presente relatório é elaborado no âmbito do Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas (MTIE) do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) e tem como base um estágio curricular de seis meses realizado na Wordfoxes, uma empresa portuguesa especializada na localização de videojogos. Este estágio constitui uma componente determinante para a obtenção do grau de mestre e representou uma oportunidade singular de aplicar, em contexto profissional real, os conhecimentos e competências adquiridos ao longo da formação académica. A escolha da Wordfoxes como entidade de acolhimento não foi circunstancial. Trata-se de uma das poucas empresas portuguesas dedicadas exclusivamente à localização de videojogos, num mercado nacional onde esta área está sub-representada, uma vez que a maioria dos prestadores de serviços linguísticos tende a diversificar a sua oferta e a atuar em múltiplos domínios. A única alternativa comparável seria a Bluelab, sediada em Lisboa, que opera, contudo, num espectro mais alargado de serviços audiovisuais, abrangendo séries, filmes e jogos. A Wordfoxes distingue-se precisamente pelo seu foco inteiramente centrado no videojogo enquanto produto cultural e linguístico, o que confere ao estágio uma especificidade e uma profundidade difíceis de encontrar noutras empresas do setor em Portugal.

A motivação para integrar esta empresa específica foi igualmente reforçada por uma relação profissional prévia: durante o segundo ano da Licenciatura em Assessoria e Tradução, já tinha colaborado com a Wordfoxes em projetos de tradução, numa fase em que a vertente de localização de videojogos ainda se encontrava em consolidação. Essa experiência anterior criou não só uma familiaridade com a cultura organizacional da empresa, como também um interesse genuíno em revisitar e aprofundar essa colaboração num contexto academicamente mais exigente e estruturado. A escassez de empresas portuguesas exclusivamente dedicadas à localização de videojogos, aliada à relação profissional prévia com a Wordfoxes, tornou esta a escolha mais pertinente e motivada para a realização do estágio. A aceitação da proposta de estágio pelo CEO, Helder Costa, representou uma oportunidade concreta de integrar o mundo da localização de videojogos.

Ao longo do estágio, foram desenvolvidos projetos de natureza diversificada, destacando-se a localização do jogo *MoteMancer* (de inglês para português europeu). Sendo a única experiência neste género, o projeto revelou-se particularmente complexo dado tratar-se de um jogo de fantasia e magia, com uma terminologia própria e altamente específica, desde nomes de feitiços até estruturas de jogo. Sem qualquer equivalente pré-estabelecido em português, este projeto exigiu uma extensa pesquisa terminológica e um processo de tentativa e erro para a criação de novos termos que assegurassem a imersão linguística necessária. Este trabalho envolveu não só o domínio técnico, com recurso ao memoQ, enquanto ferramenta de tradução assistida por

computador (CAT), mas também uma sensibilidade criativa para adaptar nomes complexos à realidade sociocultural do utilizador final.

Para além deste, foram realizadas traduções de conteúdos promocionais: os textos publicitários de *Overwatch*, com recurso ao memoQ e os conteúdos de apresentação do jogo *NARNOK* para a plataforma *Steam*, entregues em ficheiro Excel e de reduzida extensão. Nestes projetos, o processo tradutivo foi inteiramente humano, sem recurso a ferramentas de inteligência artificial, em conformidade com o posicionamento público da empresa. Embora a Wordfoxes se posicione predominantemente como um estúdio especializado na localização de videojogos e integre a editora Kitsundie Tales, a empresa diversifica a sua atuação através de projetos pontuais em outras vertentes tecnológicas. No decorrer do estágio, tive a oportunidade de colaborar em tarefas de localização de software e também em projetos de tradução de conteúdos para clientes de renome, nomeadamente a *Crypto.com* e a *Dachser*. Para a plataforma da *Crypto.com* foram utilizadas as ferramentas CAT como *Lokalize* e *Crowdin*. Importa clarificar que estas ferramentas foram disponibilizadas pela própria *Crypto.com* e utilizadas exclusivamente para os projetos desta plataforma, de caráter financeiro e informativo. Por fim, foi realizada a localização de documentação técnica e logística da empresa alemã *Dachser*, através da plataforma de gestão documental interna (extranet) disponibilizada pela própria empresa cliente. Esta diversidade de projetos e contextos profissionais permitiu desenvolver competências transversais em localização, gestão terminológica e adaptação a diferentes fluxos de trabalho.

Foi precisamente a experiência do estágio que deu origem à problemática de investigação que também consta deste relatório. Desde o início, o posicionamento da Wordfoxes face à inteligência artificial era claro e assumido publicamente: no seu website, a empresa declara que "*Everything we do is crafted by real humans*", uma afirmação que, num contexto de crescente adoção de IA na indústria da localização, se revelou imediatamente significativa e merecedora de reflexão crítica. Num setor onde as ferramentas de tradução automática e de inteligência artificial avançam a um ritmo acelerado, a opção consciente e declarada por uma prática inteiramente humana constitui um posicionamento que se situa na contracorrente das tendências dominantes da indústria (Kenny, 2022; O'Hagan & Mangiron, 2013). É a partir desta constatação que emerge a problemática de investigação deste trabalho, centrada, por um lado, no posicionamento da Wordfoxes face à IA em comparação com as práticas dominantes na indústria e, por outro, na perceção dos profissionais de localização de videojogos sobre o impacto da IA no seu trabalho.

As questões de investigação que orientam este estudo, bem como os objetivos e procedimentos metodológicos adotados, serão apresentados e discutidos detalhadamente no capítulo dedicado à metodologia.

Por fim, resta apenas explicitar que o presente relatório se encontra estruturado em seis capítulos. O primeiro apresenta a revisão da literatura, ao abordar os conceitos fundamentais da localização de videojogos, a evolução e as tendências da indústria e as competências exigidas ao perfil do localizador. O segundo foca-se na entidade de acolhimento, ao descrever a sua estrutura organizacional e as áreas de atuação, a sua missão, bem como as tarefas desenvolvidas e as competências adquiridas durante o estágio. O terceiro estabelece a metodologia aplicada, ao definir o tipo de estudo, as questões e os objetivos de investigação e os instrumentos de recolha de dados, duas entrevistas e um inquérito por questionário. O quarto apresenta e analisa os resultados obtidos, organizados por grupo de participantes, e o quinto discute esses resultados à luz da revisão da literatura, em resposta às questões de investigação. Por fim, o sexto capítulo reúne as conclusões, as contribuições e as limitações do estudo, além de apontar pistas para investigações futuras.

CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA

O presente capítulo tem como objetivo enquadrar teoricamente o âmbito do estágio desenvolvido, com especial enfoque na localização de videogames, explorando os seus conceitos fundamentais, a evolução da indústria e as tendências que atualmente a caracterizam, bem como o conjunto de competências exigidas aos profissionais desta área.

Partindo de uma análise da literatura existente, procura-se compreender de que forma esta prática se distingue da tradução convencional e de que modo o avanço das ferramentas de automação e de inteligência artificial reconfigura os processos, as competências e o próprio papel do localizador, estabelecendo o quadro conceptual a partir do qual se desenvolve a questão de investigação que orienta este relatório.

1.1 A Tradução e a Localização

Segundo Jakobson (1959/2012, p. 126), "languages differ essentially in what they must convey and not in what they may convey", razão pela qual a tradução não se reduz a uma correspondência termo a termo entre duas línguas, mas constitui antes o resultado de escolhas impostas por aquilo que cada língua obriga a explicitar. É esta complexidade que o próprio Jakobson (1959/2012) procura sistematizar ao distinguir três tipos de tradução: a intralinguística, a interlinguística e a intersemiótica. Estas correspondem, respetivamente, à reformulação de uma mensagem dentro da mesma língua, à sua transferência entre línguas diferentes e à sua transposição do código verbal para sistemas de signos não verbais. É esta segunda modalidade, a interlinguística, que tradicionalmente se identifica com a tradução propriamente dita e que orienta a reflexão que se lhe seguiu. Ainda assim, a inclusão de uma categoria intersemiótica nesta classificação fundadora não deixa de ser sugestiva para o presente estudo, dado que a localização de videogames opera num contexto multimodal, no qual a transferência linguística coexiste com signos visuais, sonoros e interativos. É justamente a categoria intersemiótica de Jakobson, ao remeter para sistemas de signos não verbais, que se revela sugestiva para o presente estudo, e que será examinada adiante, a propósito da localização de videogames. As primeiras correntes sistemáticas centraram a análise no conceito de equivalência, ao nível da palavra e da frase, com propostas como a distinção de Nida (1964) entre equivalência formal e dinâmica ou a tipologia de procedimentos de Vinay e Darbelnet (1995). Estas abordagens, embora produtivas, revelaram-se insuficientes para dar conta dos fatores comunicativos e culturais da tradução, limitação que motivou a viragem funcionalista.

É no funcionalismo alemão das décadas de 1970 e 1980 que se opera o deslocamento decisivo do plano linguístico para o da função comunicativa (Munday, 2016). Reiss (2000) associa as funções informativa, expressiva e operativa da linguagem a tipos de texto e a estratégias de tradução distintas, ao passo que Snell-Hornby (1995) propõe uma abordagem integrada que dissolve as fronteiras rígidas entre tradução literária, geral e a especializada. O modelo da ação tradutiva de Holz-Mänttari (1984) acrescenta a este quadro a conceção da tradução como uma interação

humana orientada para um fim, na qual intervém uma série de agentes com objetivos próprios, como o iniciador, o requerente, o produtor do texto de partida, o produtor do texto de chegada, o utilizador e o recetor.

O núcleo desta corrente reside na teoria do *skopos*, formulada por Vermeer e sistematizada em Reiss e Vermeer (2013). De acordo com esta teoria, a estratégia de tradução é determinada, em primeiro lugar, pela função que o texto de chegada deve desempenhar na cultura de chegada, função essa definida no encargo de tradução. Consequentemente, a adequação ao propósito sobrepõe-se à equivalência enquanto critério de avaliação, naquilo que Vermeer designa por destronamento do texto de partida (Vermeer, 2012). Nord (1997, 2005), que se integra nesta mesma corrente funcionalista, procura atenuar o potencial relativismo da teoria do *skopos* através do princípio de funcionalidade mais lealdade» (*functionality plus loyalty*). A autora distingue ainda entre tradução documental, que remete para um ato comunicativo ocorrido na cultura de partida, e tradução instrumental, concebida para funcionar autonomamente na cultura de chegada.

Este paradigma funcional e comunicativo oferece o fundamento conceptual para a compreensão da localização. A ideia de que a estratégia de tradução varia consoante a finalidade do texto, a orientação para a cultura de chegada e a conceção da tradução como uma ação coletiva que envolve múltiplos agentes prefiguram os princípios que regem a localização de conteúdos digitais a diferentes mercados. É ainda a partir deste critério de adequação à finalidade que importará, mais adiante, para situar o impacto crescente das ferramentas de automação e de tradução automática sobre os processos, as competências e o próprio papel do tradutor, questão que atravessa as tendências atuais da indústria e que se retoma nas secções seguintes.

A localização constitui um termo abrangente que designa o conjunto de processos pelos quais conteúdos e produtos digitais concebidos num determinado *locale* são adaptados para comercialização e utilização noutros (Dunne, 2023). Embora o termo circule desde o início da década de 1980, persiste alguma indefinição quanto ao seu significado exato, o que justifica que se considere quando e porque surgiu, de que modo se transformou ao longo do tempo e qual a sua relação com a tradução e com a internacionalização (Dunne, 2023).

O conceito emerge no setor do *software*, perante a necessidade de disponibilizar um mesmo produto em mercados linguisticamente e culturalmente distintos. A unidade de referência deste processo é o *locale*, noção que conjuga uma língua com uma região e com o conjunto de convenções culturais e técnicas que lhe são próprias (Valli, 2019). Localizar não se reduz, por isso, a traduzir. A transferência linguística é apenas uma das operações envolvidas, a par da adaptação de formatos, convenções e elementos culturais ao mercado de destino.

O que distingue a localização da tradução convencional é a sua dupla natureza, simultaneamente linguística e técnica. Os segmentos a traduzir não se apresentam como um texto contínuo e

autónomo, mas encontram-se integrados num produto digital, do qual têm de ser extraídos e ao qual têm de ser reintegrados sem comprometer o seu funcionamento. Esta circunstância exige do profissional competências que ultrapassam o domínio da língua e se estendem à dimensão técnica do produto.

Por essa razão, a adaptação a um novo mercado pressupõe uma preparação prévia, designada por internacionalização. Trata-se de conceber o produto de modo que possa vir a ser localizado para diferentes línguas sem necessidade de reformular a sua estrutura interna (Dunne, 2023). A localização articula, deste modo, a transferência linguística com a engenharia do produto, e é esta convergência que lhe confere um carácter próprio no panorama dos serviços de tradução.

É no interior deste domínio que se inscreve a localização de videojogos. Entre os diversos tipos de produto sujeitos a localização, como o *software* utilitário, as páginas Web ou os conteúdos multimédia, o videojogo apresenta particularidades que justificam uma análise autónoma e que constituem o objeto da secção seguinte.

1.1.1 Localização de videojogos

Entre os vários conteúdos sujeitos a localização, o videojogo ocupa uma posição particular. Mangiron e O'Hagan (2006) situam o seu enquadramento no quadro da globalização, internacionalização, localização e tradução, conhecido pelo acrónimo GILT (Jiménez-Crespo, 2020), em que a transferência linguística se integra numa cadeia mais vasta de decisões empresariais, técnicas e culturais orientadas para a comercialização do produto em mercados internacionais. É neste enquadramento mais amplo que a localização de videojogos deve ser entendida, e não como simples passagem de uma língua para outra.

Neste contexto, o que distingue o videojogo dos restantes produtos localizáveis é a coexistência, num mesmo produto, de vários tipos de conteúdo, como o texto de interface, os menus, os diálogos, a narrativa, os elementos gráficos e os ficheiros áudio, cada um com exigências próprias de adaptação. Daí que a localização possa realizar-se a diferentes níveis, desde a tradução da *Box and Docs* (embalagem e manuais do jogo) até à localização parcial, que abrange a interface e as legendas, e à localização completa, que inclui a dobragem das vozes em cada língua (Bernal-Merino, 2011). A esta diversidade acresce a natureza do próprio videojogo. Concebido como objeto de entretenimento interativo, o videojogo tem por finalidade a imersão do jogador, pelo que a versão localizada não procura reproduzir o texto de partida, mas reconstituir, na língua de chegada, a experiência que o original proporciona. É esta orientação que leva Mangiron e O'Hagan (2006) a caracterizar a localização de videojogos como uma prática que concede ao tradutor uma margem de liberdade criativa pouco habitual, ao ponto de o incentivar a afastar-se do texto de partida sempre que tal sirva a jogabilidade e o efeito pretendido junto do jogador. Bernal-Merino (2011) converge nesta leitura, ao notar que o videojogo, por ser concebido desde

a origem como produto de consumo e não como obra de arte, admite intervenções que uma noção estrita de fidelidade dificilmente admitiria.

Assim, quando a adaptação ultrapassa o plano linguístico e incide sobre os pressupostos culturais do próprio conteúdo, entra-se no domínio da culturalização, como refere Pyae, A. (2018). A culturalização designa um grau de adaptação que vai além da localização: enquanto esta torna o conteúdo compreensível através da tradução, aquela procura assegurar que o jogador não seja afastado por elementos tidos por incongruentes ou ofensivos no seu contexto cultural (IGDA, 2012). Questões como a representação de acontecimentos históricos, de símbolos religiosos ou de fronteiras políticas podem suscitar reações adversas em determinados mercados e, nos casos mais graves, conduzir à proibição da comercialização do jogo (IGDA, 2012). Esta preocupação não é estranha à própria evolução da prática: Bernal-Merino (2011) recorre à noção de localização “profunda” (*deep localization*) para designar a tendência para aproximar o jogo das particularidades de cada mercado, num movimento que, no limite, pode chegar à alteração de personagens, marcas ou elementos da narrativa.

Em suma, a localização de videojogos distingue-se das restantes modalidades pela diversidade de conteúdos que reúne, pela margem criativa que admite e pela atenção que exige às sensibilidades culturais de cada mercado. Feita esta caracterização, importa agora observar de que modo a prática se foi transformando. A secção seguinte acompanha essa evolução, desde a tradução restrita à *Box and Docs* e à documentação até à integração de sistemas automáticos no processo e as tendências que dela emergem.

1.2 Tendências da Indústria

A localização de videojogos nem sempre ocupou o lugar central que hoje lhe é reconhecido. Numa fase inicial, a tradução restringia-se apenas à *Box and Docs*, mantendo-se o conteúdo do jogo na língua original; só mais tarde se generalizou a localização parcial, com a tradução da interface e das legendas e, por fim, a localização completa, com a dobragem das vozes (Bernal-Merino, 2011). Esta progressão acompanhou o crescimento e a maturação dos mercados nacionais, à medida que o número de utilizadores e o poder de compra justificavam um investimento crescente na localização de videojogos (Bernal-Merino, 2011). O que começou por ser um custo acessório, reservado aos êxitos comerciais mais previsíveis, tornou-se uma etapa esperada na conceção e distribuição da generalidade dos jogos.

Uma das transformações mais marcantes diz respeito ao momento em que a localização passou a ocorrer. O modelo de distribuição simultânea, que consiste em lançar todas as versões linguísticas ao mesmo tempo, veio alterar profundamente o trabalho do localizador, ao impor que a tradução comece antes do produto estar concluído (Bernal-Merino, 2011). Esta circunstância tem

implicações relevantes no fluxo de trabalho, uma vez que obriga a traduzir conteúdos preliminares, sujeitos a alterações sucessivas, e a articular a tradução com as restantes fases do seu desenvolvimento. A localização deixa de ser uma operação realizada após o produto acabado e passa a integrar-se no próprio processo de criação.

Uma terceira tendência prende-se com o alargamento do âmbito da própria localização. À medida que a localização completa se consolidou como norma, ganhou expressão a preocupação com a dimensão cultural dos conteúdos, aquilo a que a indústria veio a chamar culturalização, como já referido na secção anterior. Esta atenção crescente às sensibilidades locais traduz uma viragem na forma como a indústria entende a localização, que deixa de se esgotar na transferência linguística para abranger a viabilidade cultural do produto em cada mercado.

Uma quarta transformação, prende-se com a crescente integração de sistemas automáticos no processo de tradução, principalmente porque a tradução automática conheceu uma evolução assinalável ao longo das últimas décadas. Essa evolução passou das primeiras abordagens assentes em regras linguísticas, pelos métodos estatísticos, baseados em cálculos de probabilidade a partir de grandes *corpora*, até ao paradigma neural que hoje predomina (Liu & Zhang, 2023), suportado por sistemas de inteligência artificial. Este novo paradigma, que recorre a redes neuronais para estabelecer a correspondência entre a língua de partida e a de chegada, melhorou de tal modo a qualidade dos resultados que veio alargar consideravelmente os contextos em que a tradução automática pode ser aplicada (Liu & Zhang, 2023). A consequência mais relevante para o tradutor não reside, porém, na substituição do seu trabalho, mas na transformação da sua natureza. Aos sistemas automáticos passa a caber uma parte do processo, e ao profissional cabe cada vez mais a tarefa de editar e corrigir o resultado por eles produzido, atividade designada pós-edição. A pós-edição é definida como «the correction of raw machine-translated output by a human translator according to specific guidelines and quality criteria» (O'Brien, 2011, p. 197, citada em Nitzke & Hansen-Schirra, 2021).

Estas transformações assumem contornos próprios quando se considera o caso específico da localização de videojogos e o recurso recente à inteligência artificial generativa. Vasilikaris (2026) conduziu um estudo de caso exploratório sobre a localização de inglês para grego de textos de *League of Legends* e *Teamfight Tactics*, com recurso a um grande modelo de linguagem em *zero-shot prompting* (interação sem exemplos prévios nem afinação do modelo) e a uma avaliação assente no modelo Multidimensional Quality Metrics (MQM). Os resultados revelam um desempenho desigual consoante o tipo de texto. O modelo respondeu de forma razoável em textos rígidos e padronizados, como as *patch notes* (notas de atualização), mas falhou de modo consistente nos textos criativos e culturalmente ancorados, como a *lore* (narrativa de fundo) e as *voice lines* (falas das personagens), nos quais a abordagem literal apagou idiomatismos, humor e

oralidade. As descrições de itens revelaram-se particularmente problemáticas, chegando a ser consideradas inutilizáveis devido à ocorrência de alucinações e à utilização inconsistente de símbolos numéricos. O autor associa estas falhas à propensão dos grandes modelos de linguagem para alucinações inclusive em tarefas de pós-edição (Raunak et al., 2023, citado em Vasilikaris, 2026). A esta limitação acresce um problema de avaliação. O autor identificou uma discrepância acentuada entre a avaliação humana e a autoavaliação produzida pelo próprio modelo: enquanto a pontuação humana mais elevada atingiu apenas 69%, a classificação mais baixa atribuída pelo modelo às suas próprias traduções foi de 85%. Este desfasamento sugere que os mecanismos de garantia de qualidade assentes na autoavaliação da inteligência artificial podem produzir resultados excessivamente otimistas e, por conseguinte, potencialmente enganadores. Embora reconheça as limitações inerentes a um estudo de caso de pequena escala e centrado num único par linguístico, Vasilikaris (2026) conclui que a inteligência artificial generativa encontra maior utilidade como ferramenta complementar de reformulação e geração de alternativas do que como solução autónoma de tradução.

1.3 Competências do “novo” localizador

A norma ISO 18587:2017(E), estabelecida pela International Organization for Standardization (ISO) relativa aos requisitos da pós-edição de resultados de tradução automática, avança com um conjunto de competências exigidas ao pós-editor, que servem de referência inicial para pensar o perfil do localizador. Estas competências incluem a competência tradutória, que abrange a compreensão do conteúdo na língua de partida e a sua produção na língua de chegada de acordo com as especificações do projeto, a competência linguística e textual nas duas línguas, a competência de pesquisa e de aquisição e processamento de informação, a competência cultural, a competência técnica relativa ao uso de ferramentas e sistemas informáticos, e a competência de domínio, entendida como a capacidade de compreender e verter corretamente o conteúdo especializado (ISO, 2017). Este quadro normativo que já conta com nove anos desde que foi publicado oferece, uma base relativamente genérica, que carece de ser complementada à luz da evolução recente da prática profissional, tal como a literatura subsequente e os dados mais atuais da indústria têm vindo a evidenciar.

A integração de sistemas automáticos no processo de tradução não alterou apenas o modo de trabalhar, mas também o conjunto de competências exigidas ao profissional. A pós-edição introduziu uma perspetiva nova nos estudos de tradução, porquanto o tradutor deixa de produzir o texto de raiz e passa a intervir sobre um resultado já existente, ainda que incompleto (Nitzke & Hansen-Schirra, 2021). Esta circunstância distingue a pós-edição da revisão tradicional, uma vez que o resultado da máquina apresenta erros de natureza distinta dos que ocorreriam num texto humano e exige, por isso, formas próprias de deteção e correção (Nitzke & Hansen-Schirra, 2021).

Embora estas considerações digam respeito à pós-edição em geral, aplicam-se ao localizador na medida em que este recorre cada vez mais a tais práticas no seu trabalho, sendo a tradução automática com pós-edição atualmente o segundo serviço mais prestado pelos prestadores de serviços linguísticos a nível mundial (Nimdzi Insights, 2026).

Para Nitzke e Hansen-Schirra (2021), a competência do pós-editor assenta numa base de competência tradutória, partilhada com qualquer tradutor, que abrange o domínio das duas línguas, o conhecimento extralinguístico do tema e a capacidade de documentação. Sobre essa base erguem-se competências específicas. A primeira é o tratamento do erro, que compreende a deteção, a classificação e a correção das falhas do resultado automático, tarefa tornada mais exigente pela tradução neural, cujos resultados, por serem mais fluentes, tornam os erros menos evidentes e mais fáceis de ignorar. A segunda prende-se com algum conhecimento do funcionamento dos próprios sistemas de tradução automática, que ajuda a antecipar o tipo de problemas que cada um tende a gerar. A terceira é uma competência de aconselhamento, que habilita o profissional a avaliar o risco de cada projeto e a esclarecer o cliente quanto às vantagens e aos limites do recurso à tradução automática. Estas competências específicas ultrapassam já o que a ISO 18587:2017(E) previa, na medida em que não se limitam à correção do texto, mas implicam uma capacidade de avaliação crítica do próprio sistema e de comunicação com o cliente. A indústria tem vindo, aliás, a alargar ainda mais este leque de exigências, ao expandir a oferta de serviços para além da tradução e da pós-edição básicas e a incluir tarefas como a curadoria de dados, a engenharia de *prompt* (formulação de instruções para modelos de IA) e a criação de dobragem assistida por IA, áreas que pressupõem competências adicionais não previstas à partida pela norma ISO nem pela literatura sobre pós-edição em sentido estrito (Nimdzi Insights, 2026).

Para além das competências técnicas, a mudança exige também uma transformação na forma como o profissional se vê a si próprio. Durante algum tempo, a pós-edição foi entendida pelos tradutores como uma tarefa menor (Nitzke & Hansen-Schirra, 2021). Os mesmos autores defendem, porém, que o pós-editor não deve considerar-se um mero editor do resultado automático, mas um consultor linguístico competente, responsável pela qualidade final do texto e portador de uma ética profissional própria, que inclui a aceitação de que nem sempre o texto de chegada tem de atingir a perfeição para cumprir a sua finalidade. Esta redefinição do papel acompanha o alargamento das competências e confirma que a automação, mais do que ameaçar a profissão, lhe impõe um perfil novo. Dados recentes da indústria, avançados pelo relatório Nimdzi (Nimdzi Insights, 2026), corroboram esta leitura, ao apontarem para uma transição do linguista de simples executante bilingue para arquiteto linguístico e gestor de fluxos de trabalho assistidos por IA, em que os profissionais capazes de assumir funções de auditoria, edição cultural e gestão de fluxos de trabalho assistidos por IA obtêm valorização superior à dos que permanecem confinados a tarefas básicas de pós-edição, fenómeno que tem provocado aquilo a que a sua

publicação chama um “*talent exodus*”, ou seja, o abandono da profissão por parte de tradutores insatisfeitos com a crescente exigência de adaptação tecnológica.

Este capítulo apresenta a organização que acolheu o estágio, abordando a sua história, a sua estrutura organizacional e os domínios em que atua, bem como a sua missão. É também feita uma apresentação do estágio curricular desenvolvido na área da localização, enquadrando a sua pertinência enquanto oportunidade de aplicar, em contexto real, os conhecimentos construídos ao longo do mestrado. São descritas as tarefas realizadas e as dinâmicas de trabalho observadas, com destaque para os contributos da experiência no desenvolvimento de competências profissionais e no aprofundamento da formação académica.

2.1 Apresentação

A Wordfoxes constitui-se como um estúdio especializado em localização de videojogos, fundado a 14 de setembro de 2022 e sediado no Porto. A empresa apresenta-se como uma entidade orientada para a adaptação linguística e cultural de videojogos destinados ao mercado global, assumindo a localização não apenas como um processo de transferência linguística, mas também como uma prática de mediação cultural entre o produto original e os seus públicos-alvo (Wordfoxes, s.f.). Esta definição reflete o objetivo da empresa em oferecer soluções completas para ajudar criadores de jogos a expandirem-se para novos mercados.

A empresa foi fundada por Helder Costa, profissional com experiência consolidada no setor da tradução, a partir da intenção de desenvolver um projeto centrado numa área de interesse pessoal e profissional: os videojogos. Conta com uma equipa interna reduzida complementada por uma rede alargada de colaboradores freelance, sendo a sua estrutura organizacional analisada em detalhe no subcapítulo abaixo. Sendo a Kitsundie Tales uma editora independente, mas integrando a estrutura da Wordfoxes, o departamento de marketing, liderado por Francisco Barros, trabalha em sintonia com esta editora (focada em jogos com experiências narrativas de terror psicológico; Kitsundie Tales, s.d.) e gere também as redes sociais da empresa, bem como o design e apresentação do seu website.

O departamento de marketing desempenha um papel central na comunicação da empresa, sendo responsável pela gestão de conteúdos no LinkedIn e pela manutenção da identidade visual nos canais digitais. Também asseguram a promoção da Wordfoxes e dos projetos da editora Kitsundie Tales numa estratégia coerente que permita alcançar públicos globais através de táticas de promoção de jogos e adaptação cultural.

Esta estrutura permite à empresa responder a projetos internacionais de natureza diversa, num modelo de trabalho remoto, apoiado por plataformas digitais de comunicação e colaboração, designadamente o Discord, garantindo agilidade na prestação de serviços de localização e garantia de qualidade linguística.

Por fim, a agência também conta com a GameFoxHub (GameFoxHub, s.d.), um portal digital brasileiro especializado em videojogos e que atua como um canal de comunicação direta para este mercado. A Wordfoxes decidiu apostar no mercado brasileiro para se posicionar neste mercado e ter mais visibilidade na comunidade *gamer*, sendo o Brasil o maior mercado de videojogos da América Latina, com mais de 123 milhões de jogadores (Newzoo, 2025). O website da GameFoxHub consiste na produção de conteúdo original e atualizado sobre o setor dos jogos, que engloba todo o tipo de notícias, desde artigos especializados até guias e críticas detalhadas sobre títulos indie e produções AAA, (jogos desenvolvidos por grandes estúdios com orçamentos de produção e marketing elevados, como o *Grand Theft Auto* ou *Call of Duty*).

2.2 Estrutura organizacional e Missão

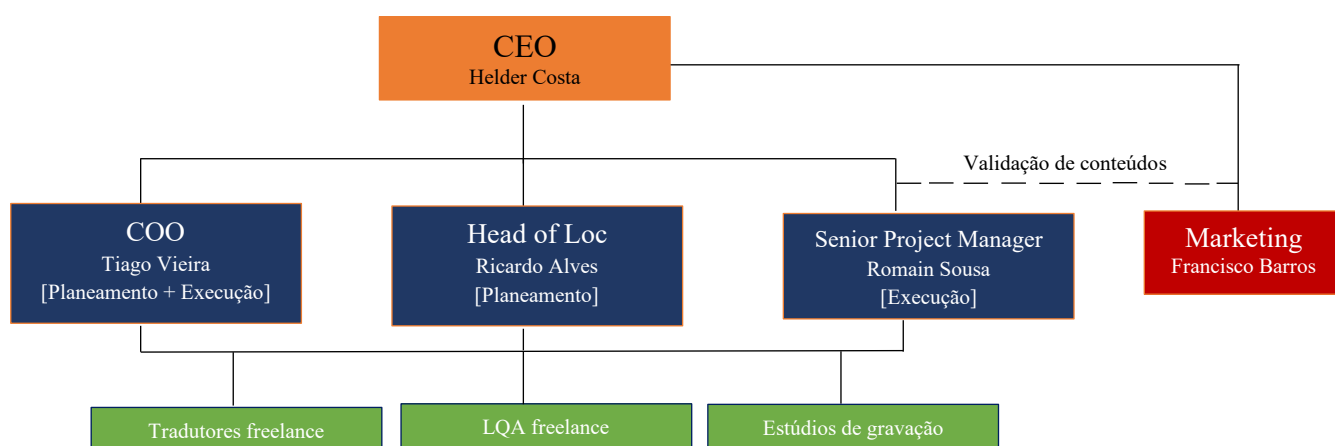
Apesar da sua dimensão relativamente reduzida, a Wordfoxes apresenta uma estrutura funcional composta por uma equipa fixa de cinco colaboradores, entre os quais se destacam Helder Costa, CEO (Diretor-Geral), Tiago Vieira, COO (Diretor de Operações), Ricardo Alves, *Head of Localization* (Responsável pela Localização), e Romain Sousa, *Senior Project Manager* (Gestor de Projetos Sénior). Esta equipa interna articula-se com uma rede alargada de tradutores e LQA (*Language Quality Assurance*) freelance de diferentes línguas, bem como outros parceiros, designadamente os de estúdios de gravação.

A estrutura organizacional segue um modelo funcional híbrido, com características de organização em rede, em que as tarefas são distribuídas por áreas especializadas, cada uma com responsabilidades próprias que se articulam para garantir o bom funcionamento da empresa. No topo encontra-se o CEO, seguido de três pilares de gestão: Operações (departamento responsável pelo planeamento e execução operacional), Localização, e a Gestão de Projetos. Estes departamentos coordenam, igualmente, recursos operacionais externos, como tradutores freelance, equipas de LQA e estúdios de gravação.

A área de Marketing, sob a responsabilidade de Francisco Barros, atua de forma integrada com os departamentos mencionados acima, conforme indicado no organograma pela linha tracejada, que representa o fluxo de aprovação obrigatório através do qual os responsáveis de cada departamento supervisionam e validam os conteúdos antes da sua publicação final.

Desta forma, a empresa organiza-se de modo a equilibrar hierarquia e funcionalidade, mantendo um núcleo interno ágil que se apoia numa rede de parceiros externos para expandir a sua capacidade operacional, como se pode observar na figura abaixo:

Figura 1: Estrutura Organizacional da Wordfoxes



2.3 Missão

A missão da Wordfoxes é assegurar uma localização de videojogos de elevada qualidade, tratada de forma verdadeiramente personalizada, com cada projeto a ser adaptado ao cliente, ao jogo e às suas necessidades específicas através de *workflows* próprios. Fundada por tradutores com o objetivo de estarem mais próximos dos jogos em que trabalham, a empresa rejeita abordagens padronizadas ou mecanizadas, privilegiando relações de colaboração próximas e contínuas. A tecnologia é utilizada como ferramenta de apoio para potenciar e elevar o trabalho dos tradutores, e não para os substituir, servindo sempre os nossos clientes, garantindo uma localização cuidada, consistente e fiel à experiência original em cada língua.

2.4 Serviços

A Wordfoxes posiciona-se como uma agência especializada na localização e promoção de videojogos, disponibilizando um conjunto integrado de serviços concebidos para apoiar os estúdios de desenvolvimento na adaptação e divulgação dos seus produtos em mercados internacionais. A sua oferta combina competências linguísticas, técnicas e de marketing, permitindo acompanhar os projetos desde as fases de localização e controlo de qualidade até à sua promoção junto das comunidades de jogadores. Esta abordagem integrada distingue a empresa no setor e permite responder às diferentes necessidades dos seus clientes ao longo de todo o ciclo de vida de um videojogo.

Assim, no domínio da localização, a agência oferece um serviço integral que abrange textos dentro e fora do jogo, guiões e conteúdos promocionais, bem como a gestão de áudio, que engloba a edição, masterização e direção de sessões de gravação, com especial atenção ao ajuste de *lip-sync* (sincronização dos movimentos dos lábios de uma personagem com o áudio da fala) para

diferentes idiomas. Esta abordagem assegura que a experiência narrativa seja preservada para jogadores de diversas regiões.

A par da localização, a Wordfoxes presta serviços de LQA, focados na deteção de erros linguísticos e problemas de interface de utilizador, na verificação da consistência terminológica e na validação da conformidade com os requisitos das plataformas de distribuição, garantindo assim um produto final polido e sem falhas técnicas que comprometam a imersão.

Por fim, através da sua marca GameFoxHub, a agência oferece ainda serviços de promoção de videojogos, que incluem a produção de artigos, gestão de redes sociais e criação de vídeos para plataformas como Youtube, Instagram e Tik Tok, bem como a promoção de videojogos através de conteúdo editorial próprio, contribuindo para a sua notoriedade junto do público-alvo.

De forma a valorizar a relação com os seus clientes, estes serviços promocionais são frequentemente disponibilizados sem custos adicionais para quem já recorre aos serviços de localização.

2.5 Canais de Comunicação e Promoção da Wordfoxes

A comunicação e a promoção desempenham um papel fundamental na estratégia da Wordfoxes, permitindo não só divulgar os seus serviços de localização de videojogos, mas também reforçar a sua presença junto de diferentes públicos-alvo. Com esse objetivo, a empresa recorre a diversos canais de comunicação que contribuem para a construção da sua identidade, para a promoção dos seus clientes e para o fortalecimento da sua posição no mercado. Entre estes canais destacam-se o *website* institucional da Wordfoxes, a plataforma GameFoxHub e a marca Kitsundie Tales, que, embora apresentem funções e públicos distintos, integram um ecossistema de comunicação e promoção alinhado com a estratégia global da empresa

O *website* da Wordfoxes constitui o principal ponto de contacto da empresa com o exterior, apresentando a sua identidade, missão e posicionamento no mercado. Através dele, é possível conhecer os serviços disponibilizados, o portefólio de projetos realizados e os principais clientes e parceiros, oferecendo uma visão abrangente da sua atividade no mercado da localização de videojogos.

Num registo distinto do *website*, a Wordfoxes desenvolveu a GameFoxHub com o objetivo de se posicionar diretamente junto da comunidade *gamer*. Idealizado por Helder Costa, o projeto conta com uma equipa de especialistas que produz conteúdos como notícias, críticas e guias. Para além de informar, a marca funciona como uma ferramenta estratégica de marketing para jogos localizados pela Wordfoxes, apoiando os criadores dos jogos na expansão para novos mercados,

em particular o brasileiro, e oferecendo visibilidade gratuita aos seus clientes através de artigos e coberturas nas redes sociais da marca.

Por fim, a Kitsundie Tales opera como uma identidade estreitamente ligada à Wordfoxes, mas com uma identidade e posicionamento próprios, que beneficiam diretamente dos seus serviços de localização e das estratégias de marketing.

2.6 Redes Sociais

A Wordfoxes mantém uma presença digital estratégica e diversificada, operando ativamente em plataformas como LinkedIn, Instagram, Tik Tok e Youtube, com vista a consolidar a sua posição como referência na indústria de videojogos.

No LinkedIn, a empresa centra-se na partilha de conhecimentos técnicos sobre localização, globalização e tendências do setor, nomeadamente através da sua newsletter, bem como na divulgação dos projetos entregues e de novos projetos em curso. No Instagram e no Tik Tok, os perfis da @wordfoxes e da @gamefoxfhub funcionam como canais de divulgação dirigidos ao público-alvo, onde são partilhados jogos localizados, novidades sobre a indústria, lançamentos e curiosidades sobre o setor, com recurso a conteúdos dinâmicos como Reels para a promoção de jogos indie e interação direta com a comunidade *gamer*. No YouTube, assume um papel mais especializado, centrado na produção de críticas de videojogos e de conteúdos informativos que reforçam a visibilidade dos projetos dos clientes. Esta estratégia contribui para a criação e consolidação de comunidades em torno de títulos específicos, um fator particularmente importante para o crescimento orgânico de videojogos independentes que dispõem de orçamentos de marketing reduzidos e procuram afirmar-se no mercado internacional.

2.7 Tarefas desenvolvidas

O estágio teve início no dia 1 de outubro de 2025 e terminou no dia 1 de abril de 2026, totalizando seis meses de estágio curricular com um horário de oito horas diárias em dias úteis. A rotina adotada foi de carácter híbrido, com a possibilidade de trabalhar remotamente ou de forma presencial. O trabalho diário começava com uma reunião às 10h via Discord, na qual era feito o ponto de situação dos projetos em curso e a delegação de tarefas para esse dia. Por volta das 13h, realizava-se uma pausa de uma hora para almoço, sendo que o horário laboral terminava às 17h. Contudo, quando necessário, o período de trabalho podia prolongar-se até mais uma hora, exclusivamente em situações em que os prazos de entrega assim o exigiam, de forma a assegurar a conclusão de tarefas pendentes.

Embora a presença no escritório não fosse obrigatória, procurava ir pelo menos uma vez por semana, de forma a não depender excessivamente do teletrabalho. Cabe destacar que um dos principais desafios durante o estágio relacionou-se com as particularidades inerentes ao trabalho remoto.

O estágio curricular realizado na Wordfoxes teve como principal objetivo a aquisição e consolidação de competências na área da localização de videojogos, desenvolvidas em contexto profissional real e num ambiente de trabalho híbrido. Ao longo do estágio, tive oportunidade de participar em projetos de natureza diversificada, que abrangeram desde a localização de videojogos até à tradução de conteúdos técnicos e promocionais para clientes de diferentes setores. Esta diversidade de contextos e fluxos de trabalho permitiu aprofundar competências em ferramentas de tradução assistida por computador já conhecidas, como o memoQ e o Lokalize, e trabalhar pela primeira vez com o Crowdin, uma ferramenta de maior complexidade técnica. Importa referir que a totalidade dos projetos realizados seguiu uma abordagem integralmente humana, em conformidade com o posicionamento declarado da agência, aspeto que será analisado de forma mais aprofundada nos capítulos subsequentes.

As atividades realizadas podem ser agrupadas em três partes distintas, descritas em detalhe nas subsecções seguintes.

2.7.1 Localização do jogo “MoteMancer”

Neste jogo, a principal tarefa incidiu sobre a localização de conteúdos dentro do jogo, ou seja, de elementos integrados diretamente na experiência de jogo. Estes conteúdos podem incluir diálogos, descrições, menus, interfaces, missões, objetos e outros textos com os quais o jogador interage ao longo da sua progressão no jogo. Ao contrário da tradução convencional, a localização de videojogos implica não apenas a transferência linguística, mas também a adaptação cultural, funcional e contextual dos conteúdos, de forma a proporcionar aos utilizadores da versão localizada uma experiência equivalente à do público original.

Neste caso, o *MoteMancer* é um jogo de automação de fantasia (subgénero em que o jogador constrói e otimiza sistemas de produção automatizados num cenário de fantasia) desenvolvido pelo estúdio independente *CyanAvatar Studios*, atualmente disponível em *Early Access* na plataforma Steam (*CyanAvatar Studios*, s.d.). Ambientado em seis planos elementais sobrepostos, o jogo desafia o jogador à criação de *elegant systems* (sistemas de jogo que conseguem produzir uma grande variedade de situações, estratégias ou comportamentos a partir de um conjunto reduzido de regras simples e coerentes). numa grelha hexagonal, onde ingredientes, estruturas e magia se articulam num processo de descoberta alquímica (*CyanAvatar Studios*, s.d.). Os seis elementos: Vida, Água, Terra, Fogo, Sombra e Ar, constituem a base de cadeias de produção progressivamente desenvolvidas pelo jogador, que enfrenta ainda a Entropia, uma ameaça

crescente que testa a resiliência dos seus sistemas. Trata-se de um universo de fantasia rico em terminologia própria, sem equivalente cultural estabelecido, o que torna a localização um desafio particularmente exigente do ponto de vista linguístico e criativo.

- **Integração no projeto e volume de trabalho**

A participação neste projeto não cobriu o jogo na sua totalidade, uma vez que a localização para português europeu se encontrava em curso aquando do início do estágio. A colaboração centrou-se, por isso, num conjunto de atualizações enviadas pelo autor do jogo sob a forma de *batches* (lote ou conjunto de segmentos de texto enviados para localização em fases distintas do projeto), o que implicou trabalhar em articulação com a memória de tradução já existente, assegurando a consistência terminológica com as escolhas previamente estabelecidas. Importa referir que não existia um glossário formal associado ao projeto, pelo que a gestão terminológica assentou exclusivamente na memória de tradução disponível e nas decisões tomadas ao longo do processo.

Ao longo do estágio, localizei três *batches* com o par linguístico inglês americano-português europeu, sendo o COO, Tiago Vieira, o principal elo de ligação e orientação neste projeto. A ferramenta de tradução assistida por computador utilizada foi o memoQ, dado que é a escolha da Wordfoxes para a maioria dos projetos de localização de videojogos. O primeiro *batch*, composto por aproximadamente 300/360 segmentos, foi entregue no prazo de duas semanas. O segundo *batch*, composto por 400 palavras, com prazo de entrega de aproximadamente uma semana. O terceiro *batch* distinguiu-se dos anteriores pelo formato de entrega: foi enviado em ficheiro Excel, com colunas de diferente natureza, nomeadamente, a *source*, a tradução, comentários e as *strings keys* (identificadores únicos atribuídos a cada segmento de texto no ficheiro), tendo-me sido delegada a sua importação e configuração no memoQ. Este processo teve um propósito formativo adicional, ao colocar-me no papel de gestora de projeto na componente técnica de receção e preparação de material, garantindo que os segmentos ficassem corretamente estruturados e prontos para tradução.

- **Fluxo de trabalho e colaboração**

O fluxo de trabalho foi colaborativo e contou com diferentes níveis de apoio. Em caso de dúvida, e como já referi acima, era possível consultar diretamente o Tiago Vieira, mas também o canal dedicado ao *MoteMancer* na plataforma Discord, onde os tradutores das diferentes línguas discutiam escolhas tradutivas e partilhavam propostas. Este canal contava ainda com a participação direta do criador do jogo, que respondia às questões colocadas, disponibilizava imagens de estruturas e elementos visuais para facilitar a localização e mantinha um ficheiro *Google Sheets* partilhado com um registo de perguntas e respostas. Esta proximidade com o autor do jogo revelou-se particularmente útil para garantir a fidelidade ao universo do jogo.

Com o objetivo de aprofundar o meu conhecimento sobre a lógica e a jogabilidade do *MoteMancer*, segui a sugestão do Tiago Vieira e visualizei vídeos no Youtube sobre o jogo, tendo também tomado a iniciativa de descarregar a versão de demonstração do jogo, disponibilizada pelos autores do jogo ou pelas distribuidoras. Estas versões são disponibilizadas com o objetivo de apresentar o produto ao público antes ou pós o seu lançamento oficial, e ajudaram-me a compreender melhor as mecânicas, os comandos e o contexto em que os termos localizados surgem durante a experiência de jogo.

- **Processo tradutivo**

A abordagem que adotei privilegiou sempre a localização para português europeu, sem recurso a estrangeirismos. Dado tratar-se de um universo de fantasia com uma linguagem simultaneamente concisa e evocativa, o concreto e o místico, a criação de novos termos exigiu uma pesquisa aprofundada, que incluiu a consulta de sinónimos, a análise das raízes latinas e gregas de determinadas palavras e a exploração de variantes linguísticas, com o objetivo de criar designações originais, coerentes e alinhadas com o tom, a atmosfera e a identidade narrativa do jogo.

A complexidade terminológica do projeto ficou patente em diversas situações, sobretudo quando a falta de contexto visual sobre determinados elementos do jogo tornava a escolha do termo mais adequado numa tarefa desafiante. Em vários casos, recorri diretamente ao criador do jogo, ao solicitar-lhe imagens de apoio que me permitissem traduzir com precisão aquilo que cada elemento representava. Um desses exemplos foi a tradução do termo *Towering Wires*. Ao pedir uma imagem ao criador, deparei-me com uma torre gigantesca e colossal, de uma imponência que me evocou a torre do Olho de Sauron na saga “O Senhor dos Anéis”. Foi essa impressão de grandiosidade e potência, captada a partir da imagem, que me levou a optar pela designação “Arames Colossais”.

O mesmo procedimento orientou a tradução de *Twinseed*. A imagem partilhada pelo criador mostrou plantas que crescem aos pares, com duas flores simétricas que evocam visualmente a dualidade e o equilíbrio. Esta leitura foi reforçada pela descrição do próprio criador, que associou o termo às noções de yin-yang, dualidade e simetria. Com base nesse contexto visual e semântico, optei pela localização “Sementes Gémeas”, que considerei a mais fiel ao espírito do original, tanto no plano formal como no simbólico.

A revisão da minha localização ficou a cargo do responsável pela localização, Ricardo Alves, em articulação com o COO, Tiago Vieira. No decurso desse processo, houve casos em que as minhas escolhas terminológicas foram ajustadas, não por incorreção, mas por razões de coerência interna do jogo. Um exemplo ilustrativo foi a tradução do termo *Sprawling Roots*. A tradução literal seria “Raízes extensas”, solução que não me satisfazia, uma vez que o próprio criador do jogo

recomendava que os nomes funcionassem como *flavour names*, ou seja, designações escolhidas pela sua sonoridade e poder evocativo mais do que pelo seu sentido literal. Por outras palavras, privilegiavam-se nomes com identidade própria e capazes de transmitir a atmosfera do universo de fantasia.

Parti, por isso, do significado de *sprawling*, que descreve algo que se estende e se propaga de forma ampla e irregular, e explorei várias hipóteses de tradução. A primeira foi "Alastrante", por remeter à ideia de raízes que se propagam. Contudo, considerei que esta solução não possuía a carga imaginativa nem o tom fantástico pretendidos. Ao aprofundar a pesquisa sobre elementos que se alastram, encontrei o conceito de micélio, o corpo vegetativo dos fungos, constituído por uma rede de finas hifas que se ramificam e se expandem no substrato. A associação entre a propagação descrita por *sprawling* e a forma como o micélio se estende levou-me a propor o termo "Raízes Miceliais". Antes de apresentar esta proposta, confirmei no Dicionário Priberam que o adjetivo "micelial", relativo a micélio, se encontra registado na língua portuguesa, o que reforçava a adequação da designação. Ainda assim, apresentei outras alternativas, nomeadamente, "Alastrante", "Tentaculares" e "Ramificadas". Embora a equipa de revisão tenha apreciado a proposta "Raízes Miceliais", existia já no jogo outro termo derivado de cogumelos. Entendeu-se, por isso, que a utilização deste termo poderia induzir o jogador em erro, levando-o a estabelecer uma relação entre ambos os elementos que não existia na narrativa. Consequentemente para não induzir o jogador em erro, optou-se por "Alastrante". Esta escolha foi ainda confirmada por coincidir com as soluções adotadas noutras línguas latinas, como o italiano, o espanhol e o português do Brasil.

Um segundo exemplo de ajuste foi o termo *Apprentice Cache*, para o qual solicitei ao criador uma imagem de apoio. A imagem revelou um objeto hexagonal de pequenas dimensões, semelhante a um baú, colocado no terreno de jogo junto à personagem principal, o feiticeiro. Com base nessa referência visual, a minha proposta inicial foi "Baú do Aprendiz", tendo sugerido ainda alternativas como "Depósito" e "Esconderijo" para o termo *Cache*. A solução foi inicialmente validada, mas posteriormente ajustada para "Depósito do Aprendiz", por razões de coerência terminológica com outros termos já localizados no jogo.

2.7.2 Tradução de conteúdos externos – Overwatch II e NARNOK

Para além dos conteúdos integrados diretamente no videojogo, o trabalho desenvolvido neste projeto envolveu também a tradução de conteúdos externos ao jogo, isto é, textos que não fazem parte da experiência de jogo propriamente dita, mas que desempenham um papel fundamental na sua promoção, contextualização e comunicação junto do público. Entre estes encontram-se textos

promocionais, páginas de apresentação em plataformas de distribuição, notícias, descrições de eventos, comunicados e outros materiais de marketing destinados a informar, atrair e envolver potenciais jogadores. Apesar de não integrarem o produto final, estes conteúdos contribuem de forma significativa para a sua visibilidade e receção nos diferentes mercados, exigindo por isso especial atenção à clareza, ao tom comunicativo e à adequação ao público-alvo. Neste caso, os projetos em causa são: *Overwatch II*, da *Blizzard Entertainment*, e *NARNOK*, um jogo independente. Ao contrário do *MoteMancer*, cujo trabalho incidiu sobre conteúdos internos do próprio jogo, estes dois projetos envolveram exclusivamente materiais promocionais externos ao jogo, nomeadamente textos de apresentação e descrições de eventos, não integrando, por isso, o produto de jogo em si. As figuras 1, 2 e 3 apresentam a página do jogo *NARNOK* na plataforma Steam, com o texto traduzido no âmbito deste projeto.

Figura 2: Página do jogo *NARNOK* na plataforma Steam – descrição geral (tradução própria)

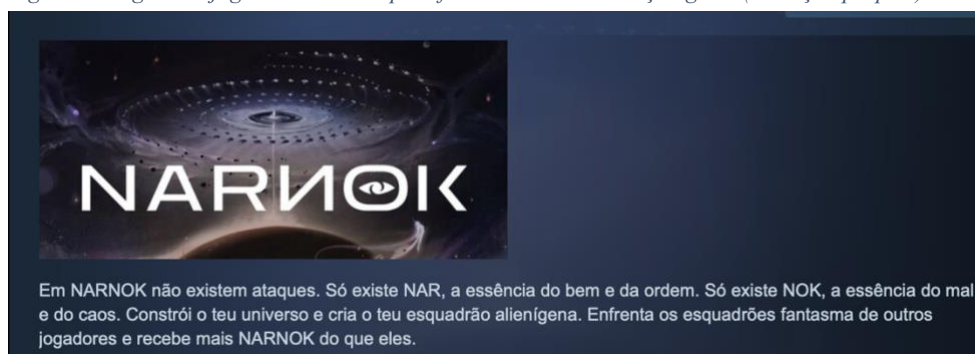


Figura 3: Página do jogo *NARNOK* na plataforma Steam – características do jogo (tradução própria)

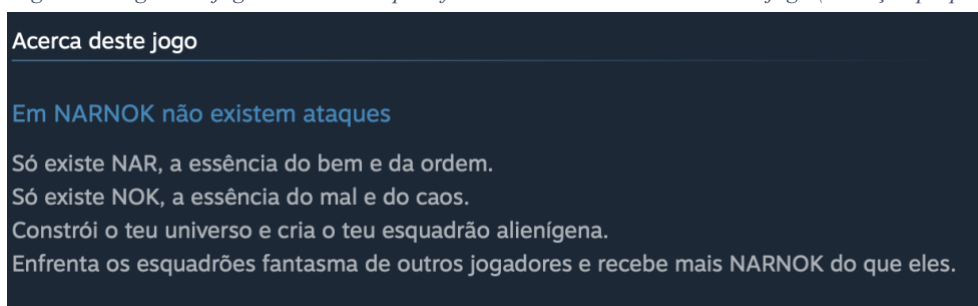
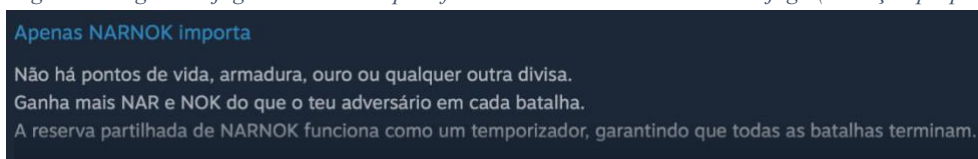


Figura 4: Página do jogo *NARNOK* na plataforma Steam – características do jogo (tradução própria)



- **Overwatch II – Caracterização do projeto**

No caso do Overwatch II, a Blizzard enviava os pedidos de tradução por e-mail diretamente à Wordfoxes, sendo estes posteriormente encaminhados para mim. Ao longo do estágio realizei pelo menos dez tarefas deste género, todas de dimensão reduzida, entre 44 e 180 palavras, relativas à introdução de novas personagens, *skins* (visuais cosméticos aplicados às personagens ou equipamentos, como por exemplo, armas) e eventos sazonais, como o Natal ou a Primavera. A ferramenta utilizada foi o memoQ na sua versão online, disponibilizada pela própria Blizzard. Importa referir que a Blizzard não localiza o Overwatch para português europeu enquanto versão de jogo, limitando-se a solicitar a tradução de textos promocionais associados a cada atualização.

- **Overwatch II – Desafios encontrados**

Este projeto apresentou dois desafios específicos. O primeiro relacionou-se com os limites de caracteres, ou seja, cada segmento tinha um número máximo de caracteres permitido, o que por vezes implicou reformular frases, omitir informação secundária ou adotar construções sintáticas mais compactas, de forma a respeitar o limite sem comprometer o sentido. O segundo desafio prendeu-se com a identificação do género das personagens. Em certos casos, nomes aparentemente inequívocos revelaram-se enganadores: *Cassidy*, por exemplo, é uma personagem masculina, e Vendetta é uma personagem feminina. Após uma situação de revisão em que o Tiago Vieira me alertou para um erro de género, adotei como prática sistemática a pesquisa prévia de todas as personagens antes de iniciar a tradução, independentemente da perceção de género que o nome me transmitia a nível pessoal.

- **NARNOK - Caracterização do projeto**

O projeto NARNOK consistiu na tradução de um conteúdo promocional do jogo para a sua página da *Steam*, de inglês para português europeu. Consistia num único *batch* de 40 segmentos enviado em ficheiro Excel, sem recurso a ferramenta CAT. O conteúdo era de natureza promocional e apelativa, com um tom direto e incisivo característico das páginas de apresentação de videojogos. Ao longo do processo, registei no próprio ficheiro sugestões de traduções alternativas para os segmentos em que a escolha não era imediata, nomeadamente em casos onde a ambiguidade semântica ou a ausência de contexto sobre as mecânicas do jogo dificultavam a decisão. Um exemplo disso foi o termo “*lineup*”, para o qual sugeri alternativas como “batalhão”, “equipa” ou “pelotão”, tendo a tradução final sido “esquadrão”, proposta minha que foi aceite. Este projeto foi realizado numa fase próxima do final do estágio, pelo que não houve continuidade para além deste único batch.

- **NARNOK - Análise da revisão**

Após a entrega da tradução, a versão final publicada na página do jogo NARNOK, na plataforma Steam, resultou da revisão efetuada pelo Tiago Vieira e pelo Ricardo Alves, cujas alterações

incidiram sobretudo na fluidez, no registo e na consistência terminológica, sem comprometer o sentido das propostas iniciais. A nível de terminologia, o termo “esquadrão”, escolhido entre várias alternativas sugeridas, foi mantido na versão final, tal como outras propostas como “códex pessoal”, “pré-visualizar os universos inimigos” e “esquadrões peculiares”. Entre as alterações mais significativas, destaca-se a substituição de “investida” por “partida”, termo mais familiar para o jogador português, e a reformulação de “Porque haverias de estar limitado?” para “Não limitamos a tua ambição.”, abandonando a forma interrogativa em favor de um tom mais assertivo e apelativo. A nível frásico, algumas construções foram simplificadas, como “Eles acumulam NARNOK, roubam-no, criam-no.”, que passou a “Eles acumulam, roubam e criam NARNOK.”, tornando o ritmo mais fluido e conciso. Esta análise comparativa permite concluir que a tradução proposta serviu de base sólida para a versão final, tendo as intervenções da equipa de revisão contribuído para afinar o registo e a naturalidade do texto em português europeu.

- **NARNOK - Desafios encontrados**

Dado que se trata de um projeto de pequena dimensão, realizado numa fase final do estágio com um único *batch* de reduzida extensão, não surgiram desafios significativos. A principal dificuldade residiu na ausência de contexto sobre algumas mecânicas do jogo, o que condicionou pontualmente a escolha terminológica, como referido acima.

2.7.3 Projetos fora do âmbito dos videojogos – Crypto.com & Dachser

- **Crypto.com – caracterização do projeto**

A Crypto.com constituiu um dos projetos de maior volume e regularidade ao longo do estágio. As tarefas chegavam com frequência diária e abrangiam conteúdos diversificados, desde artigos sobre tecnologia *blockchain* e agentes de inteligência artificial, até à localização da aplicação Exchange da Crypto.com. A dimensão das tarefas era variável: entre 200 e 700 palavras em tarefas regulares, podendo atingir 4000 a 5000 palavras em projetos de maior envergadura, que ocupavam o turno completo de trabalho. As ferramentas utilizadas foram o Lokalize e o Crowdin, ambas disponibilizadas pela própria Crypto.com para uso exclusivo nos seus projetos.

- **Crypto.com – Processo de trabalho e ferramentas**

O fluxo de trabalho assentava maioritariamente na pós-edição de tradução automática. As tarefas chegavam já com uma tradução prévia em português do Brasil, produzida por um motor de tradução automática, no Lokalize, através de um *plug-in DeepL*, e no Crowdin, através de um motor semelhante. Uma vez que a Crypto.com não dispunha de tradução automática treinada para português europeu, cabia-me rever e adaptar integralmente os segmentos para português de

Portugal. Na prática, este processo era equivalente a uma nova tradução, dado que a variante brasileira apresentava diferenças lexicais, sintáticas e ortográficas que exigiam uma edição extensa. Existiam, contudo, segmentos que não requeriam qualquer alteração, sobretudo termos curtos e neutros, como “Confirmar” ou “Apagar”, em que a diferença entre as duas variantes não era perceptível. Para além da tradução automática, ambas as plataformas disponibilizavam memória de tradução e um glossário fornecido pela Crypto.com em formato Google Sheets, constantemente atualizado, ao qual eu tinha acesso durante o processo tradutivo. Em caso de dúvida terminológica, existia ainda um canal dedicado no Discord, onde toda a equipa da Wordfoxes discutia e partilhava decisões sobre termos específicos.

No que respeita ao Crowdin especificamente, a plataforma revelou-se consideravelmente mais complexa e menos intuitiva do que o Lokalize, sobretudo em projetos de grande dimensão. O processo de confirmação de segmentos exigia uma sequência de passos obrigatória: após traduzir, era necessário salvar o segmento e, de seguida, confirmá-lo manualmente através de um botão específico, assinalado por um símbolo verde. Qualquer correção posterior, por exemplo, um erro ortográfico ou um espaço em falta, implicava reverter todo o processo: remover a confirmação, efetuar a correção e repetir o processo de confirmação desde o início. Esta metodologia, pouco ágil para projetos com centenas de segmentos, tornou o trabalho no Crowdin significativamente mais moroso do que no Lokalize.

- **Crypto.com – Desafios encontrados**

O principal desafio deste projeto relacionou-se com a instabilidade terminológica do glossário da Crypto.com, cujas atualizações frequentes exigiam uma atenção redobrada durante o processo tradutivo, de forma a garantir que os termos utilizados correspondiam sempre à versão mais recente. Um exemplo ilustrativo foi o termo “*trading*”, que passou a ser traduzido como “negociação”, e que, posteriormente, voltou à forma original em inglês, o que implicava estar constantemente a verificar o glossário para não incorrer em inconsistências.

- **Dachser – caracterização do projeto**

A Dachser é uma empresa alemã de logística internacional, fundada por Thomas Dachser em 1930. É sediada em Kempten, na Alemanha, com mais de 380 delegações em 43 países (Dachser, s.d.a). Especializada em transporte rodoviário, aéreo, marítimo e ferroviário, bem como em logística contratual, a empresa posiciona-se como um dos principais operadores logísticos a nível mundial (Dachser, s.d.b). No contexto do estágio, realizei a localização de conteúdos da plataforma de gestão documental interna da empresa, uma extranet de acesso restrito disponibilizada pela própria Dachser à Wordfoxes, com o par linguístico alemão-português europeu.

- **Dachser – Processo de trabalho e ferramentas**

O acesso à plataforma era feito através de credenciais institucionais da Wordfoxes, mediante autenticação de dois fatores, através do Citrix (uma solução de acesso remoto que permite aos utilizadores aceder a sistemas e aplicações empresariais a partir de qualquer dispositivo). A ferramenta de tradução era o próprio sistema interno da Dachser, disponibilizado através da sua extranet. Cada segmento era apresentado individualmente com a língua de origem (alemão) e, quando disponível, com traduções de referência noutras línguas como, por exemplo, o francês e o inglês, que podiam ser consultadas como apoio durante o processo tradutivo. Importa notar que essas traduções de referência podiam ser o resultado de tradução automática, pelo que a sua utilização exigia sempre sentido crítico.

Como apoio terminológico, a plataforma disponibilizava um glossário interno da Dachser e, em caso de dúvida pontual, recorria ao dicionário Presença/Langenscheidt alemão-português. O colega freelance Luís Müller, responsável pelo trabalho de tradução da Dachser na Wordfoxes antes do início do estágio, foi também um apoio relevante, nomeadamente para a discussão e validação de decisões terminológicas.

Ao longo dos seis meses de estágio, procedi à tradução gradual dos segmentos que se encontravam em fila de espera, os quais totalizavam entre 400 e 500 no início do período de estágio. No final deste período, restavam apenas 13 segmentos por traduzir, o que evidencia uma redução significativa do volume de trabalho pendente.

O volume diário de tradução revelou-se variável, oscilando entre algumas dezenas de segmentos, em função da disponibilidade existente e das restantes tarefas e projetos em curso.

- **Dachser – Desafios terminológicos**

O principal desafio deste projeto residiu na especificidade do domínio logístico e na necessidade de encontrar equivalentes adequados em português europeu para terminologia técnica alemã, por vezes sem tradução consolidada, e destinada a um público que nem sempre possui conhecimentos especializados na área. Um caso ilustrativo foi o termo “*Brückenfahrzeug-Shuttlecode*”, para o qual a tradução automática da plataforma sugeria “Código do transporte veículo caixa-móvel”. Considerando que esta solução apresentava problemas de clareza e naturalidade, foi necessário aprofundar a análise do termo. Para tal, recorri à pesquisa de imagens e de documentação técnica, com o objetivo de compreender o referente em causa, um veículo utilizado no transporte de contentores.

Outro exemplo foi o termo “*Fotodokumentation*”, inicialmente traduzido como "registro fotográfico". Dado que o vocábulo "registro" era já amplamente utilizado na plataforma para traduzir termos como “*buchen*” (reservar/registar) e “*eingeben*” (introduzir/inserir), a sua utilização neste contexto poderia gerar ambiguidade para o leitor. Em discussão com o Luís Müller, optámos por "documentação fotográfica", solução que, além de ser o equivalente literal mais direto do original alemão, evitava a sobreposição semântica com outros termos já estabelecidos no glossário da plataforma.

- **Dachser – Constrangimentos operacionais**

Do ponto de vista operacional, o projeto apresentou alguns constrangimentos que afetaram pontualmente o fluxo de trabalho. O acesso à extranet dependia de autenticação de dois fatores associada ao dispositivo do Luís Müller, o que implicava aguardar pela sua disponibilidade para confirmação dos códigos de acesso, gerando por vezes atrasos. A estes desafios acresciam a lentidão e a reduzida intuitividade da plataforma Citrix. Além disso, ocorreram diversas falhas técnicas e interrupções do sistema que, em alguns momentos, impossibilitaram a realização do trabalho durante períodos consideráveis. Estes fatores, externos ao processo tradutório propriamente dito, constituíram os principais obstáculos à produtividade e à eficiência na execução deste projeto.

O presente capítulo descreve o enquadramento metodológico adotado na investigação. Para tal, começa por caracterizar o estudo de caso enquanto estratégia de investigação e por justificar a sua pertinência no caso da Wordfoxes. Em seguida, retomam-se a questão e os objetivos de investigação que orientam o trabalho, a partir dos quais se define o tipo e o desenho da investigação. São depois apresentados os instrumentos de recolha de dados, duas entrevistas e um inquérito por questionário, todos de resposta aberta e dirigidos a grupos distintos de profissionais, bem como os procedimentos associados à constituição da amostra e à sua aplicação. Por se tratar de dados de natureza qualitativa, descreve-se ainda a abordagem de análise de conteúdo adotada no tratamento das respostas.

3.1 Metodologia: Estudo de caso com a Wordfoxes

A presente investigação adota o Estudo de Caso como estratégia metodológica. Clark et al. (2021) caracterizam este desenho de investigação pela análise detalhada e intensiva de um caso único, que na sua aceção mais comum corresponde a um local concreto, como uma organização ou uma comunidade, sobre o qual recai uma análise mais aprofundada. Para os mesmos autores, o caso constitui um objeto de interesse em si mesmo e o que distingue esta estratégia é o propósito de revelar as suas características singulares. Neste quadro, o Estudo de Caso não visa a generalização dos resultados para uma população mais vasta e a sua qualidade afere-se sobretudo pela profundidade do exame realizado e pela capacidade de o investigador desenvolver uma análise teórica a partir dos dados (Clark et al., 2021). Esta estratégia revela-se, por isso, apropriada para um trabalho que parte de uma experiência de estágio e que procura compreender um posicionamento concreto de uma empresa específica.

Assim, a Wordfoxes constitui um Estudo de Caso particularmente interessante ao ser uma das poucas empresas portuguesas dedicadas exclusivamente à localização de videojogos e ao assumir publicamente uma prática integralmente humana. A sua posição parece divergir da realidade predominante entre os prestadores de serviços linguísticos e os profissionais independentes, que tendem a integrar ferramentas de IA nos seus fluxos de trabalho. Esta tendência é corroborada por diversos relatórios da indústria, que apontam para uma crescente adoção destas tecnologias no setor. O relatório ELIS de 2026, por exemplo, refere que:

“AI and language technology in general dominated and polarised the industry even more than before. Both independent professionals and language companies link the trend directly to indiscriminate use by clients, loss of quality and appreciation, and increased price pressure.”
(ELIS, 2026, p.20)

Nesta linha, a Wordfoxes aproxima-se do que Yin (2009, como citado em Clark et al., 2021) designa por caso extremo ou único, escolhido precisamente pelo seu carácter invulgar no contexto em que se insere. Acresce que o estágio curricular proporcionou um acesso privilegiado ao terreno, às práticas e aos profissionais da empresa, condição que viabiliza a profundidade de análise que caracteriza esta estratégia. O caso é, assim, estudado a partir de uma posição interna, que combina a experiência direta do estágio na empresa com a recolha de perceções junto de quem nela participa. Para aferir o alcance desta singularidade, a análise do caso foi ainda complementada com a recolha de perceções junto de profissionais externos à empresa, que recorrem a estas ferramentas, de modo a averiguar até que ponto a opção da Wordfoxes representa uma realidade efetivamente particular ou uma posição partilhada por outros profissionais do setor.

3.2 Questões e Objetivos de Investigação

A problemática enunciada na introdução, centrada no contraste entre o posicionamento integralmente humano da Wordfoxes e as tendências dominantes da indústria, conduz a duas questões de investigação complementares. A primeira incide sobre o posicionamento declarado da Wordfoxes face à IA e a sua relação com as práticas dominantes na indústria:

QI 1: De que forma o posicionamento da WordFoxes face à IA, enquanto empresa que não recorre a estas ferramentas, se distingue das práticas dominantes na indústria de localização de videojogos, e que motivações sustentam essa escolha?

A segunda questão centra-se na perspetiva dos profissionais da área, procurando compreender de que forma a adoção ou não adoção de IA é percecionada no terreno:

QI 2: Como percecionam os profissionais de localização de videojogos o impacto da IA na qualidade, eficiência e criatividade do seu trabalho, e de que forma essas perceções diferem entre quem trabalha com e sem essas ferramentas?

Para responder a estas questões de investigação, definiram-se os seguintes objetivos:

1. Analisar as principais atividades e projetos de localização desenvolvidos durante o estágio, identificando as especificidades de cada projeto e as competências mobilizadas;
2. Caracterizar o posicionamento da Wordfoxes face à IA, identificando as motivações explícitas e implícitas para a adoção de uma abordagem integralmente humana, bem como os objetivos estratégicos que sustentam essa escolha enquanto fator de diferenciação face à concorrência;

3. Comparar esse posicionamento com as tendências e práticas dominantes na indústria global de localização de videojogos;
4. Refletir criticamente sobre as implicações dessa abordagem para a qualidade, a ética e o futuro da profissão de localizador;
5. Recolher e analisar as percepções de profissionais de localização de videojogos sobre o impacto da inteligência artificial na qualidade, eficiência e criatividade do seu trabalho, com recurso a entrevistas e a um inquérito por questionário aplicados a diferentes perfis profissionais;
6. Analisar as perspetivas de profissionais que trabalham com e sem ferramentas de IA, identificando convergências e divergências nas suas percepções sobre o papel destas tecnologias na localização de videojogos.

3.3 Instrumentos de avaliação

A recolha de dados assentou em dois instrumentos distintos, escolhidos em função dos grupos que pretendia alcançar. Junto da Wordfoxes, recorri a entrevistas por escrito, aplicadas através do Google Forms, por ser uma ferramenta acessível e adequada a uma recolha à distância. As entrevistas foram realizadas junto de dois grupos distintos, que são os membros da Direção e os tradutores/localizadores da empresa.

Para os tradutores externos à empresa, que potencialmente poderão recorrer a ferramentas de inteligência artificial, optei por um inquérito por questionário, partilhado publicamente no LinkedIn, de modo a chegar a um maior número de profissionais. Neste caso, e por se tratar de uma divulgação aberta, era essencial que a ferramenta de questionários a usar permitisse filtrar os respondentes e assegurar que apenas o perfil pretendido participava no estudo. Foi essa funcionalidade que determinou, neste caso, a escolha do LimeSurvey, que possibilita a triagem dos participantes logo no início do preenchimento.

Nas secções seguintes, descrevem-se cada um destes instrumentos, o processo da sua construção e aplicação, bem como a constituição da amostra.

3.3.1 Entrevistas

A entrevista constitui um dos instrumentos de recolha de dados mais utilizados na investigação qualitativa, permitindo aceder às percepções, experiências, opiniões e interpretações dos participantes relativamente a um determinado fenómeno. Ao privilegiar o discurso dos intervenientes, este instrumento possibilita uma compreensão aprofundada da realidade em estudo, sendo particularmente adequado quando se pretende explorar motivações, processos de

tomada de decisão e significados atribuídos às práticas profissionais. Por essa razão, as entrevistas são amplamente utilizadas em estudos de caso e em investigações qualitativas de natureza exploratória e interpretativa.

Entre os diferentes tipos de entrevista, optou-se pela entrevista estruturada (*structured interview*), uma vez que este formato recorre a um guião previamente definido, composto por um conjunto fixo de questões apresentadas pela mesma ordem a todos os participantes. Esta padronização assegura maior consistência na recolha de dados, facilita a comparação entre respostas e reduz potenciais fontes de erro associadas ao processo de entrevista. Em particular, minimiza problemas decorrentes da formulação inadequada das perguntas, da forma como estas são colocadas pelo entrevistador, de eventuais mal-entendidos por parte dos participantes e da possibilidade de algumas questões serem omitidas ou esquecidas durante a entrevista (Clarke et al, 2021). Acresce que, ao serem realizadas por escrito e de forma assíncrona, estas entrevistas oferecem uma maior flexibilidade na sua aplicação, evitando a necessidade de compatibilizar a disponibilidade entre investigador e participantes, o que se revelou particularmente vantajoso no presente estudo, dada a limitada disponibilidade dos entrevistados. No caso da presente investigação, a opção por entrevistas escritas de preenchimento autónomo elimina ainda a influência do entrevistador no registo das respostas, uma vez que estas são introduzidas diretamente pelos próprios participantes, evitando erros de transcrição, interpretação ou codificação que podem ocorrer quando as respostas são registadas e posteriormente processadas pelo investigador. Deste modo, este formato contribui para aumentar a consistência e a fiabilidade dos dados recolhidos.

Assim, a recolha de dados junto da Wordfoxes assentou em duas entrevistas por escrito, de preenchimento autónomo, aplicadas através da plataforma Google Forms. A primeira é dirigida à direção da empresa (Grupo A) e a segunda aos seus tradutores (Grupo B) que, no exercício das suas funções, não recorrem a ferramentas de inteligência artificial. Esta divisão decorre das próprias questões de investigação, na medida em que o testemunho da direção permite-me aceder ao posicionamento estratégico da empresa e às motivações que o sustentam (QI 1), enquanto o dos tradutores possibilita explorar a perceção do impacto da ausência de IA na prática quotidiana (QI 2). Cada entrevista foi precedida de uma nota introdutória que esclarecia o âmbito académico do estudo, o carácter voluntário da participação e o tratamento confidencial e anónimo das respostas. O guião organiza-se em três momentos. Um primeiro conjunto de quatro perguntas comuns a ambos os grupos incidindo sobre o percurso profissional dos participantes, a transformação do setor pela IA, os fatores que levam as empresas a adotá-la ou a recusá-la e a previsão quanto ao futuro da prática humana.

Seguem-se três perguntas específicas de cada grupo. À direção foram colocadas perguntas sobre as motivações que sustentam a decisão de não integrar ferramentas de IA, a eventual existência

de resistência interna ou externa a essa opção e a sua visão sobre o futuro da empresa neste contexto. Aos tradutores foram colocadas questões relativas ao fluxo de trabalho e às ferramentas que utilizam, ao impacto da ausência de IA na qualidade, eficiência e criatividade do seu trabalho, bem como à forma como percebem essa ausência, enquanto vantagem ou limitação.

Por fim, ambos os guiões terminavam com uma questão aberta, comum aos dois grupos, destinada a permitir que os participantes acrescentassem qualquer aspeto que considerassem relevante e que não tivesse sido contemplado nas perguntas anteriores.

As entrevistas podem ser consultadas na íntegra nos apêndices [A](#) e [B](#).

3.3.2 Inquérito por questionário

À semelhança das entrevistas, o inquérito por questionário é composto por perguntas de resposta aberta e partilha com elas a mesma matriz temática das entrevistas, o que me permite comparar as perceções de quem trabalha com IA e de quem trabalha sem ela, em resposta à segunda questão de investigação (QI 2).

Pelo facto de a divulgação ser pública, o questionário inicia-se com uma secção de verificação de perfil, destinada a assegurar que apenas o perfil pretendido participa no estudo. Esta triagem assenta em duas perguntas de resposta fechada. A primeira confirma a existência de experiência em localização de videojogos e a segunda, a utilização de ferramentas de IA nesse trabalho. Quem não corresponde ao perfil é encaminhado para uma mensagem de agradecimento que encerra o preenchimento. Ainda assim, no caso de quem declara não recorrer à IA, o questionário coloca uma pergunta adicional sobre as razões dessa opção, o que permite recolher um dado pertinente sobre os motivos da não adoção, como a preferência pessoal, os requisitos do cliente ou a política da empresa.

Confirmado o perfil, o questionário desenvolve-se em dois conjuntos de perguntas. Um primeiro conjunto, de carácter geral, que incide sobre o percurso profissional do inquirido, a transformação do setor pela IA, os fatores que levam as empresas a adotá-la e a previsão quanto ao futuro da prática humana. Um segundo, centrado na experiência concreta com a IA, que indaga sobre o modo como esta foi integrada no fluxo de trabalho, as diferenças que o profissional nota na qualidade, na eficiência e na criatividade face a um fluxo sem IA e a sua eventual resistência ou dos colegas à sua introdução. Uma pergunta final abre espaço a qualquer aspeto não contemplado, e o questionário encerra com uma mensagem de agradecimento.

Optou-se por incluir nos apêndices apenas as respostas dos Grupos A e B, por se tratar dos dados diretamente relacionados com o estudo de caso da Wordfoxes, que constitui o eixo central desta investigação. As respostas do Grupo C, embora fundamentais para o contraste analítico desenvolvido no Capítulo 4, não foram incluídas nos apêndices, uma vez que desempenham uma

função complementar de comparação com o estudo de caso e que o seu volume, tratando-se de um questionário de respostas abertas com 17 participantes, tornaria essa inclusão desproporcionada face à extensão do relatório.

Tabela 1: Dimensões de análise, questões de investigação, objetivos e questões do instrumento

Dimensão de análise	Questão de investigação	Objetivo	Perguntas
Posicionamento organizacional face à IA	QI 1	Caracterizar o posicionamento da Wordfoxes face à IA e as motivações da escolha (Obj.2 e 3)	Perguntas comuns a todos os grupos (P3 e P4) + Perguntas Direção WF (P6 e P7) P3 - Na sua opinião, que fatores levam certas empresas a adotar IA nas suas localizações e outras a não o fazer?; P4 - Acredita que o setor caminha para uma localização maioritariamente assistida por IA, ou haverá sempre espaço para a prática humana sem ela?; P5 - Quais os principais fatores que motivaram a WordFoxes a não integrar ferramentas de IA nos seus projetos de localização: tecnológicos, económicos, filosóficos ou de qualidade?; P6 - Houve resistência interna ou externa (clientes, colaboradores) face a essa posição? Como foi gerida?; P7 - Perspetivam integrar IA no futuro, ou é uma posição consolidada?
Perceções sobre a evolução da localização e futuro da profissão	QI 1 e QI 2	Refletir sobre as implicações para o futuro da profissão (Obj.4)	Perguntas comuns (a todos os grupos) P2 – Na sua perspetiva, como tem a IA vindo a transformar o setor da localização nos últimos anos? Considera-a já uma presença dominante ou ainda uma exceção? P4 - Acredita que o setor caminha para uma localização maioritariamente assistida por IA, ou haverá sempre espaço para a prática humana sem ela?
Perceção do impacto da IA na qualidade, eficiência e criatividade	QI 2	Recolher e analisar as perceções dos profissionais sobre o impacto da IA (Obj.6)	Pergunta específica (P6) ao Grupo B e C B: Que impacto considera que a ausência de IA tem na qualidade, eficiência e na criatividade das localizações que produz? C: Que impacto considera que a integração de IA tem na qualidade, eficiência e criatividade das localizações que produz?
Perceção das vantagens e limitações da utilização da inteligência artificial	QI 2	Comparar as perspetivas de quem trabalha com e sem IA (Obj.7)	Pergunta específica (P7) dos Grupos B e C B: Sente que a não utilização de IA representa uma vantagem, uma limitação, ou ambas no seu trabalho? C: Sente que a utilização de IA representa uma vantagem, uma limitação, ou ambas no seu trabalho?

O questionário pode ser consultado na íntegra no [Apêndice C](#), na sua versão em português, e no [Apêndice D](#), na versão em inglês. A disponibilização do questionário em ambas as línguas teve como objetivo alargar o universo de potenciais participantes e, consequentemente, aumentar a taxa de resposta.

3.3.3 Amostra

A constituição da amostra assentou em técnicas de amostragem não probabilística, tendo em conta a natureza qualitativa do estudo e os critérios de acessibilidade aos participantes (Etikan et al., 2016). Para os participantes da direção da Wordfoxes, segui uma lógica de amostragem intencional, ao selecionar deliberadamente os perfis com conhecimento mais relevante sobre o objeto de estudo. Já na recolha junto dos tradutores externos, segui uma lógica de amostragem por conveniência, ao reunir os profissionais disponíveis e acessíveis que, mediante triagem, correspondiam ao perfil pretendido para o estudo. Embora esta estratégia de amostragem não permita a generalização estatística dos resultados, essa limitação é inerente à investigação qualitativa e revela-se compatível com o carácter exploratório e interpretativo do presente estudo, cujo objetivo consiste em compreender em profundidade um fenómeno específico, e não em produzir inferências para a população em geral.

O Grupo A é composto por dois elementos da direção da Wordfoxes, o CEO e o responsável pela localização. A escolha destes dois perfis foi deliberada. O primeiro, por definir a orientação estratégica da empresa e estar em posição de explicitar as motivações e os objetivos subjacentes à política integralmente humana. O segundo, por ser o elemento com maior experiência em localização na empresa, o que lhe confere uma perspetiva privilegiada sobre a prática. A ambos fiz chegar o guião da entrevista através do Discord, para que pudessem responder assim que tivessem disponibilidade para tal.

O Grupo B é constituído por nove tradutores que trabalham para a Wordfoxes. A entrevista foi divulgada pela Direção da empresa através de um canal da plataforma Discord que reúne cerca de 100 tradutores freelancers que colaboram com a empresa, embora nem todos se encontrassem ativos durante o período de recolha de dados. Posteriormente, a própria Direção realizou uma nova chamada à participação voluntária, procurando incentivar um maior número de respostas. Ainda assim, a taxa de participação manteve-se reduzida, situando-se abaixo dos 10%. Esta circunstância constitui uma limitação do estudo, mas encontra respaldo na literatura metodológica, que refere que os instrumentos de resposta escrita e autoaplicada, sobretudo quando incluem questões abertas, tendem a apresentar taxas de participação mais reduzidas, uma vez que exigem maior investimento de tempo e esforço por parte dos participantes (Clarke et al,

2021; Dillman et al., 2014). O Grupo C é constituído por tradutores externos à Wordfoxes que recorrem a ferramentas de inteligência artificial. O inquérito foi partilhado publicamente no LinkedIn, com a colaboração da direção da empresa na sua divulgação, o que ampliou o seu alcance. Pelo facto de a partilha ser aberta, recorri à secção de verificação de perfil para assegurar que apenas respondiam os profissionais que correspondiam ao perfil pretendido. Das 104 respostas registadas, foram consideradas as 24 respostas completas, tendo as restantes sido excluídas por não corresponderem ao perfil definido ou por se encontrarem incompletas.

A recolha de dados respeitou os procedimentos éticos e de proteção de dados aplicáveis. Em todos os instrumentos, a participação foi voluntária e as respostas foram tratadas de forma confidencial e anónima. No caso das entrevistas, esta informação foi prestada numa nota introdutória que antecedia as perguntas. No caso do inquérito, o consentimento informado foi obtido através de uma declaração própria, exigida pelo Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD), relativa ao armazenamento das respostas nos servidores do ISCAP e aos direitos de acesso, retificação, cancelamento e oposição dos participantes. A aplicação do inquérito cumpriu ainda os procedimentos de proteção de dados do Politécnico do Porto, mediante a assinatura de um termo de responsabilidade junto do Gabinete de Apoio à Inovação em Educação (GAIE) do ISCAP.

O presente capítulo apresenta a análise dos resultados obtidos através dos três instrumentos de recolha aplicados, as entrevistas e o inquérito por questionário. Para uma melhor organização da informação, os resultados são apresentados por grupo de participantes: a direção da Wordfoxes (Grupo A), os tradutores que colaboram com a Wordfoxes (Grupo B) e os tradutores externos que recorrem a ferramentas de inteligência artificial (Grupo C). Dentro de cada grupo, a análise organiza-se segundo as dimensões definidas na Tabela 1, o que assegura a articulação entre os resultados e as questões de investigação. O capítulo termina com uma análise comparativa dos três grupos, evidenciando as principais convergências e divergências identificadas, com particular destaque para o contraste entre os profissionais que desenvolvem a sua atividade sem recorrer à inteligência artificial e aqueles que a integram nos seus fluxos de trabalho. A discussão dos resultados à luz da literatura é apresentada no capítulo seguinte.

Dada a natureza qualitativa dos dados, as respostas foram submetidas a uma análise de conteúdo, organizada a partir das mesmas dimensões. Os excertos citados ao longo do capítulo identificam os participantes através de códigos, de modo a preservar o anonimato assegurado no momento da recolha.

4.1 Grupo A – Direção Wordfoxes

O primeiro grupo é constituído por dois elementos da direção da Wordfoxes (A1 e A2), ambos com um percurso iniciado no trabalho em regime de *freelance* e atualmente envolvidos na coordenação e na preparação dos projetos de localização. As suas respostas permitem aceder ao posicionamento estratégico da empresa face à inteligência artificial e às motivações que o sustentam, em resposta à primeira questão de investigação que é **“De que forma o posicionamento da WordFoxes face à IA, enquanto empresa que não recorre a estas ferramentas, se distingue das práticas dominantes na indústria de localização de videojogos, e que motivações sustentam essa escolha?”** As respostas completas podem ser consultadas no Apêndice [E](#) e [F](#).

No que respeita ao posicionamento face à IA e às suas motivações, as respostas provêm de duas perguntas da entrevista:

- “NA SUA OPINIÃO, QUE FATORES LEVAM CERTAS EMPRESAS A ADOTAR IA NAS SUAS LOCALIZAÇÕES E OUTRAS A NÃO O FAZER?” E
- QUAIS OS PRINCIPAIS FATORES QUE MOTIVARAM A WORDFOXES A NÃO INTEGRAR FERRAMENTAS DE IA NOS SEUS PROJETOS DE LOCALIZAÇÃO: TECNOLÓGICOS, ECONÓMICOS, FILOSÓFICOS OU DE QUALIDADE?”.

Os dois entrevistados convergem na recusa da sua integração, ainda que a fundamentem de maneiras distintas e complementares. O A1 ancora essa recusa numa razão ética e laboral, ao sintetizá-la na ideia de “respeito pela profissão”, que para si não se esgota no pagamento, mas no facto de *“o conteúdo traduzido não estar com qualidade suficiente para algum tradutor ou agência se orgulhar de reclamar a tradução feita por si”*. Para o entrevistado, a tradução é *“um trabalho criativo, especialmente em videojogos e, tal como qualquer trabalho criativo, é bastante exigente”*, pelo que *“uma renumeração justa e adequada é necessária”*.

O entrevistado A2, por seu turno, fundamenta a recusa sobretudo com razões de qualidade, ao apontar que *“a principal preocupação prende-se com a qualidade final do produto “dado que “há um risco real de perda de nuance, inconsistências e interpretações erradas, o que pode comprometer a experiência do jogador”*. A estas considerações acrescenta uma componente estratégica, ao sublinhar, que *“a Wordfoxes posiciona-se como uma empresa focada em qualidade e em tradução humana, utilizando a tecnologia como suporte, por exemplo, através de CAT tools, mas não como substituição do trabalho dos linguistas.”*

Importa notar que, para ambos, esta recusa não constitui uma posição fechada nem ideológica. Questionados sobre se perspetivam integrar IA no futuro ou se se trata de uma posição consolidada, os dois entrevistados afirmam avaliar continuamente o mercado. O entrevistado A1 esclarece que *“não é uma posição consolidada”* e que a empresa está *“constantemente a avaliar o mercado”*, mas que *“não vamos permitir que esse nível de qualidade seja afetado por IA que não vai de encontro com os nossos princípios.”* O entrevistado A2 alinha-se com esta leitura, ao afirmar que *“não se trata de uma posição fechada ou ideológica, mas sim de uma avaliação baseada no estado atual da tecnologia e naquilo que conseguimos garantir em termos de qualidade.”* Trata-se, portanto, de uma recusa condicional, assente no estado atual da tecnologia e nas condições de remuneração praticadas, e não de uma rejeição de princípio.

Relativamente à perceção sobre a evolução e ao futuro da localização (NA SUA PERSPETIVA, COMO TEM A IA VINDO A TRANSFORMAR O SETOR DA LOCALIZAÇÃO NOS ÚLTIMOS ANOS? CONSIDERA-A JÁ UMA PRESENÇA DOMINANTE OU AINDA UMA EXCEÇÃO?), as respostas voltam a convergir. Nenhum dos entrevistados considera a IA uma presença dominante no setor. O A1 observa que *“a comunidade gamer, sendo uma comunidade bastante exigente, mostra-se contra essas implementações de IA, sobretudo no texto criativo e na arte do jogo”* e que *“essa rejeição segura o mercado.”* O A2, por seu lado, descreve *“uma fase de crescimento e experimentação”*, reconhecendo que a IA *“começa a ser cada vez mais utilizada por tradutores como ferramenta de suporte”*, mas sublinhando que *“no que toca a substituir completamente o trabalho humano, essa realidade ainda está bastante distante, sobretudo em áreas onde o contexto cultural e a criatividade têm um peso tão grande.”* Ambos identificam uma pressão crescente por parte dos grandes estúdios e publishers, para a adoção destas ferramentas, e ambos reservam à IA o papel de apoio individual

ao tradutor, e não de substituição, ao destacarem o texto criativo, a transcrição e a adaptação cultural como o domínio em que a intervenção humana permanece essencial. Esta dimensão acolhe ainda uma preocupação levantada pelo entrevistado A2, a do impacto destas mudanças no próprio ecossistema de talento da indústria. Para o entrevistado, *"à medida que a IA ganha mais visibilidade, existe o risco de alguma desvalorização percebida do trabalho humano, mesmo quando, na prática, continua a ser essencial", o que "pode afetar a motivação dos profissionais e, a médio prazo, até a atratividade da área para novos talentos."* A esta preocupação acrescenta que *"a área arrisca-se a ser gradualmente degradada, com a perda progressiva de talento especializado e, consequentemente, uma queda contínua na qualidade dos produtos localizados."*

Quanto à resistência a esta posição (HOUE RESISTÊNCIA INTERNA OU EXTERNA (CLIENTES, COLABORADORES) FACE A ESSA POSIÇÃO? COMO FOI GERIDA?), os entrevistados distinguem o plano interno do externo. Internamente, não relatam resistência, na medida em que a recusa da IA se encontra alinhada com a perspetiva das equipas. O A2 confirma que *"não tem havido propriamente resistência, já que a nossa abordagem está bastante alinhada com a perspetiva das equipas."* Externamente, reconhecem a existência de pressão por parte de alguns clientes. O A1 gere essa pressão pela via das condições, ao afirmar que *"não estamos dispostos a fazer um trabalho mantendo a mesma qualidade por um valor abaixo"*, enquanto o A2 privilegia a comunicação transparente e o alinhamento de expectativas, ao explicar que *"a gestão passa por uma comunicação clara e transparente, explicando as limitações atuais da IA, especialmente no contexto da localização de videojogos, e os possíveis impactos na qualidade final."* Ambos observam que os próprios clientes se dividem entre os que partilham a posição da empresa e os que procuram a IA por razões de custo e de rapidez.

Em síntese, a direção apresenta uma posição unânime na recusa da IA, sustentada por dois eixos complementares. O entrevistado A1 fá-lo a partir da ética profissional e das condições laborais, e o A2 a partir da qualidade e da estratégia da empresa. A convergência destes dois fundamentos confere coerência à política integralmente humana da Wordfoxes, que assenta não apenas numa preferência, mas num modelo de negócio orientado para a qualidade e no respeito pelo trabalho especializado dos tradutores.

4.2 Grupo B – Tradutores da Wordfoxes

O segundo grupo reúne nove tradutores e revisores que colaboram com a Wordfoxes e que não recorrem a ferramentas de inteligência artificial nos projetos que realizam para a empresa, em alinhamento com a política desta. No entanto, importa esclarecer que cinco dos nove participantes (B1, B3, B5, B7 e B8) admitem algum contacto com estas ferramentas noutros contextos profissionais, tanto em trabalhos de pós-edição para outros clientes (B1, B3), como num apoio

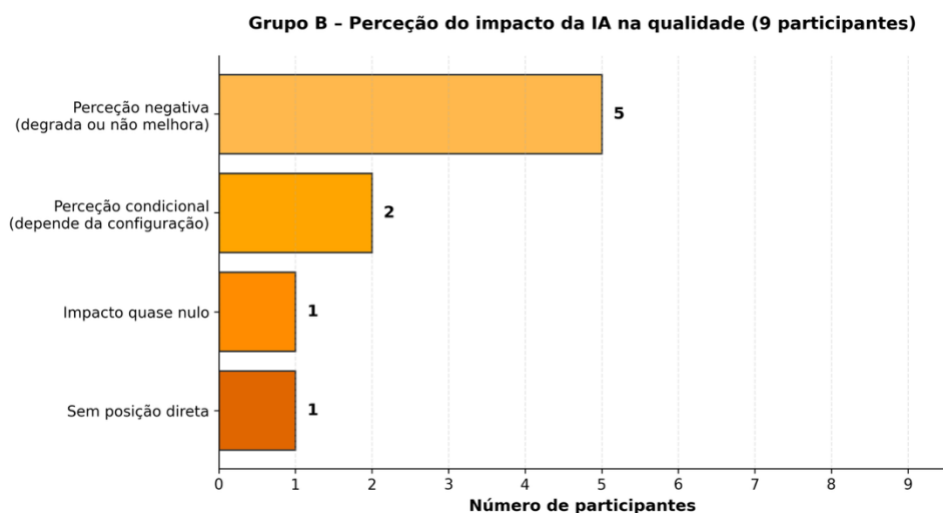
pontual à pesquisa ou ao *brainstorming* (B5, B7, B8), o que confere às suas percepções o valor acrescido de uma opinião informada pela experiência. Trata-se de um grupo sénior e heterogéneo, que abrange diferentes pares de línguas e perfis, da tradução à revisão e ao *LQA*. Três dos nove participantes contabilizaram explicitamente mais de uma década de experiência (B1, B2 e B4) e outros dois aproximam-se dela, com oito e nove anos de atividade (B6 e B9). As suas respostas dão conta da percepção de quem trabalha sem IA sobre o impacto desta tecnologia na qualidade, na eficiência e na criatividade, em resposta à segunda questão de investigação.

As respostas completas dos entrevistados podem ser consultadas no [Apêndice G](#).

A dimensão seguinte, relativa à percepção do impacto da IA na qualidade, na eficiência e na criatividade, foi recolhida através da pergunta, **“que impacto considera que a ausência de ia tem na qualidade, na eficiência e na criatividade das localizações que produz? Pode elaborar com exemplos concretos?”**

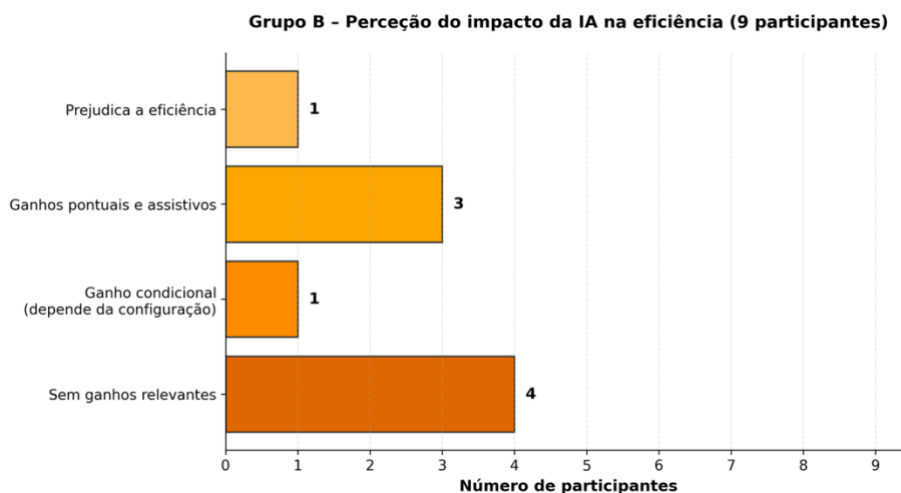
Cinco dos nove participantes (B1, B2, B4, B6 e B9) afirmam-no de forma direta, ao associarem o recurso à IA a erros, inconsistências e empobrecimento estilístico. O participante B9 acrescenta uma observação pertinente sobre a uniformização dos textos produzidos com IA, ao notar que estes apresentam *"same structures, same 'voice', same use of punctuation"*, enquanto *"human translation is more creative and has more depth"* e *"a human translated text can offer the players a better experience."* Uma nuance importante é introduzida pelo participante B3, para quem o impacto depende da configuração do motor de tradução: se este não se encontra afinado, *"the AI workflow is useless and even hinders the processes"*, mas se está bem configurado, *"the text output becomes a valid starting point and may make the workflow faster"*, embora, mesmo assim, não melhore a qualidade nem a criatividade. O respondente B5 alinha com esta leitura cautelosa, ao notar que *"AI is not fully reliable even for small segments. It will introduce inaccuracies and tends to simplify language by reducing adjectives and adverbs."* Como exceção, o respondente B8 considera o impacto na qualidade quase nulo, ao afirmar que *"the results are the same except the time element."* O gráfico 1 sintetiza a distribuição das percepções do Grupo B sobre o impacto da IA na **qualidade**:

Gráfico 1: Percepção do impacto da IA na qualidade



Quanto à percepção do impacto na **eficiência**, as respostas dividem-se. Um participante, o B4, considera que a IA chega a prejudicar a eficiência, pois *“in order to obtain professional quality, there are so many changes you need to do while postediting that it’s actually faster to just rewrite everything.”* Três dos participantes (B5, B7 e B8) reconhecem ganhos de tempo reais, mas pontuais e circunscritos a tarefas específicas. O participante B5 quantifica esse ganho de cerca de 25 minutos ao gerar opções ou no refinamento na formulação das frases, e esclarece que recorre à ferramenta apenas para expressões curtas ou para o *brainstorming* de nomes, nunca para passagens longas: *“I don’t rely on AI to translate médium or long passages; I only use it for short expressions or when brainstorming names.”*. O respondente B7, por seu turno, utiliza-a sobretudo na pesquisa, ao descrever que *“before AI I had to search 4-5 different websites and then confirm that the meaning of the translation is what I intended.”*, enquanto que agora *“I usually just have to confirm that the meaning is accurate while the research is done by it.”*. O participante B3 condiciona qualquer ganho à afinação prévia do motor. Os restantes quatro participantes (B1, B2, B6 e B9) não reconhecem ganhos relevantes de eficiência. Em todos os casos, o ganho de eficiência reconhecido é de natureza assistiva e nunca de substituição do trabalho humano. O gráfico 2 apresenta a distribuição das percepções do Grupo B sobre o impacto da IA na eficiência:

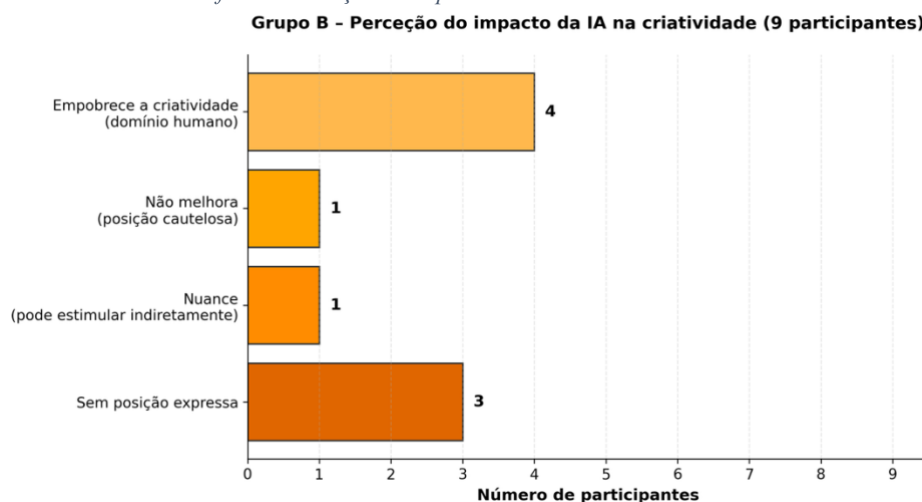
Gráfico 2: Percepção do impacto da IA na eficiência



Relativamente à percepção do impacto na **criatividade**, quatro dos nove participantes (B1, B2, B6 e B9) consideram que a criatividade é expressamente do domínio do trabalho humano e que a IA tende a empobrecer a mesma, sem que nenhum participante defenda a posição contrária. O argumento mais elaborado é o do participante B2, para quem o recurso à IA *“would easily poison my well of thoughts”*, uma vez que, na sua perspetiva, *“the choice of words has to be mine in the beginning, because it’s how a human being decides to express someone else’s work in a diferente cultural and linguistic frame. That’s localization”*. Na mesma linha, o respondente B6 afirma que a ausência de IA lhe permite *“create art, to work at a normal pace and play around with terms*

and concepts” e que a IA atrofiaria essa capacidade. O participante B1 resume a questão de forma simples, ao afirmar que *"AI reduces our creative effort"*, e o participante B9 observa que *"not using AI forces you to find better solutions."* O participante B3 alinha-se com esta leitura, ao considerar que a IA não melhora a criatividade e que pode mesmo prejudicar o processo criativo, *"I don't think it improves quality or creativity (perhaps, even hinders the creative process."* Os restantes três participantes (B4, B7 e B8) não se pronunciam sobre a criatividade nas suas respostas, ao centrarem-se apenas na qualidade e na eficiência. O gráfico 3 ilustra a distribuição das percepções do Grupo B sobre o impacto da IA na criatividade:

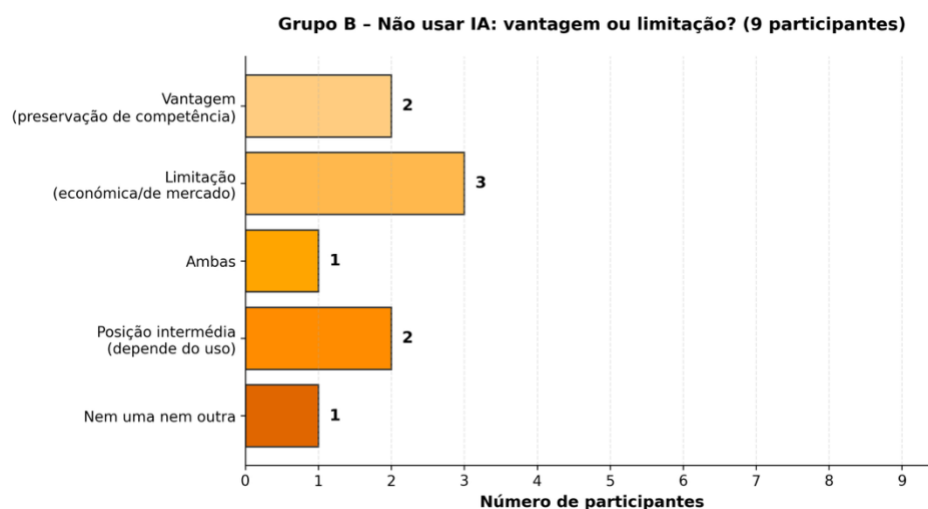
Gráfico 3: Percepção do impacto da IA na criatividade



Na dimensão relacionada com a percepção das vantagens e limitações de não usar IA, (SENTE QUE NÃO USAR IA REPRESENTA UMA VANTAGEM, UMA LIMITAÇÃO, OU AMBAS, NO SEU TRABALHO?) as respostas revelam a divisão mais significativa do grupo. Três participantes (B2, B4 e, parcialmente, B6) consideram a ausência de IA uma vantagem, ligada à preservação da competência e da voz própria. O participante B6 é particularmente claro ao justificar-se com a afirmação: *"I don't want to Blunt my main working tool – ie my brain"*, acrescentando que a ausência de IA representa *"an advantage when it comes to giving me room to work on a text that I siphon from within myself, rather than chisel away at a premade, preformulated garble."* O participante B4 contrapõe a utilidade de uma ferramenta CAT à inutilidade da IA, ao declarar que *"AI only produces a text plagued with mistranslations, inconsistencies, unusable glossary terms, and style platitudes."* Quatro participantes (B1, B5, B8 e, parcialmente, o mesmo B6) descrevem-na como uma limitação, embora sobretudo de ordem económica e de mercado, e não de qualidade. Este é o ponto mais marcante do grupo, pois dois participantes (B1 e B6) referem expressamente sentir-se pressionados pelo mercado a aceitar a IA contra a sua vontade. O participante B1 admite-o sem rodeios: *"I don't like using it, but I have a client that already uses AIPE jobs, and I have no choice but to take it lest I make less money by the end of the month."* O respondente B5, por

seu turno, classifica a ausência de IA como limitação em termos de tempo, mas acrescenta uma nuance sobre a criatividade, ao reconhecer que os resultados da IA podem ser de tal modo inadequados que *"they end up sparking creativity—almost as a way to prove that a human can do better."* Dois participantes (B7 e B9) assumem uma posição intermédia, ao considerarem que a ferramenta traz vantagens quando utilizada com critério, e o respondente B3 não lhe reconhece vantagem nem limitação, por só contactar com resultados de IA fornecidos pelos clientes. O gráfico 4 resume as posições do Grupo B quanto às vantagens e limitações de não utilizar IA:

Gráfico 4: Percepção das vantagens e limitações de não utilizar IA



No que diz respeito à evolução e ao futuro da localização, os dados provêm de duas perguntas da entrevista:

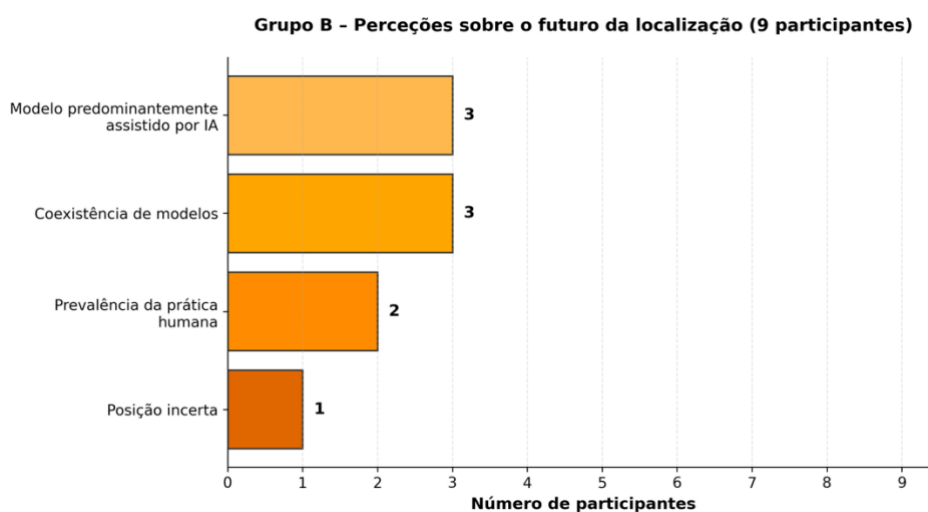
- NA SUA OPINIÃO, DE QUE FORMA A IA TEM TRANSFORMADO A INDÚSTRIA DE LOCALIZAÇÃO NOS ÚLTIMOS ANOS? CONSIDERA QUE JÁ É UMA PRESENÇA DOMINANTE, OU AINDA UMA EXCEÇÃO? E
- ACREDITA QUE A INDÚSTRIA CAMINHA PARA UM MODELO DE LOCALIZAÇÃO PREDOMINANTEMENTE ASSISTIDO POR IA, OU HAVERÁ SEMPRE ESPAÇO PARA UMA PRÁTICA PURAMENTE HUMANA?

Quanto ao estado atual, quatro dos nove participantes (B5, B6, B7 e B8) consideram a IA já dominante ou parte fixa dos fluxos de trabalho, com o participante B7 a descrever que *"it's dominant, most projects last year had a component with AI in it."* Três participantes (B3, B4 e B9) descrevem-na como uma presença forte, mas ainda não dominante, com o respondente B3 a arriscar estimar que *"may take up to 50% of the market"*, e o respondente B9 a observar com pesar que *"unfortunately, it has become a relevant presence, with many agencies using it instead of human translators (or using it as pretext to lower rates)."* Os restantes dois participantes não a classificam em termos de grau, com o respondente B1 a exprimir receio pessoal, *"I'm currently feeling afraid of AI and its impact in my workload"*, e o respondente B2 a desvalorizar a novidade

tecnológica. Oito dos nove participantes, todos exceto o participante B5, que declina especular sem dados concretos, associam a adoção da IA pelas empresas a uma estratégia de redução de custos e de tarifas, quando questionados sobre os fatores que levam algumas empresas a adotar a IA e outras não. O participante B2 é o mais incisivo a este respeito, ao defender que *"AI has not really brought anything different than MT already had: it's just more widely popular across industries, and it's being used as tool to lower rates"*, e o respondente B6 resume a sua leitura numa fórmula direta: *"late stage capitalism."*

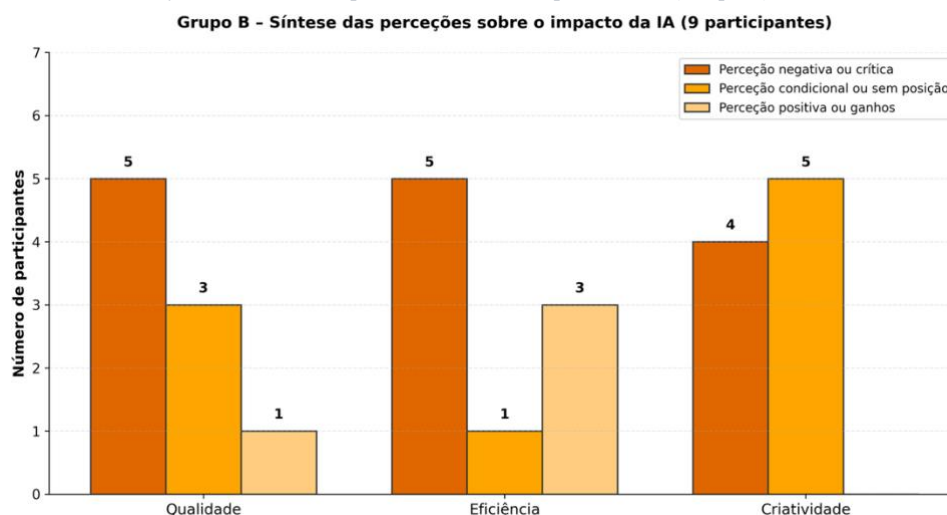
Quanto ao futuro, as posições distribuem-se de forma quase equilibrada. Três participantes (B3, B6 e B8) antecipam um modelo predominantemente assistido por IA, outros três participantes (B4, B5 e B7) preveem uma coexistência de modelos, outros dois participantes (B2 e B9) acreditam ou esperam que a prática humana prevaleça, e por último, o participante (B1) declara-se incerto. O respondente B6 oferece a imagem mais marcante, ao prever que *"human translation will probably become like Picasso or Rembrandt in fine arts - a rarity that stands for true craftsmanship"*, enquanto que o respondente B5 antecipa uma coexistência, ao notar que *"there will be several types of localization coexisting in the industry"*, tal como *"artisanal burger restaurants alongside fast-food chains"*. Esta dimensão acolhe ainda algumas preocupações emergentes. O respondente B3 reformula o debate em termos mais amplos, ao sustentar que *"the AI conversation is, ultimately, a conversation about who gets to hold the power of expression, both in our field of labour and in society in general."* Os participantes B5 e B6 alertam para o fenómeno da *"AI slop"* e para um declínio do gosto do público, e o participante B4 propõe a inversão que considera desejável: *"the correct use of the AI (if there is one) must place AI as an 'assistant' in to the human, not place the human as an assistant to the AI."*

Gráfico 5: Perceções quanto à evolução e futuro da localização



Em síntese, a maioria dos tradutores que participaram nesta parte do estudo percecionam a IA sobretudo como uma ameaça à qualidade, à criatividade e às próprias condições de trabalho, mais do que como uma ferramenta útil. Embora quatro dos nove participantes reconheçam alguns ganhos de eficiência, descrevem-nos como reduzidos e de natureza assistiva. O traço mais significativo deste grupo reside no facto de a recusa da IA nem sempre resultar de uma escolha livre, pois pelo menos dois participantes (B1 e B6) admitem aceitar tarefas com IA contra a sua preferência pessoal, por pressão de outros clientes, o que contrasta com a posição da direção, que detém o poder de a recusar de forma efetiva. O gráfico 6 oferece uma visão comparativa das três dimensões centrais, qualidade, eficiência e criatividade, confirmando o predomínio da perceção negativa ou crítica em todas elas:

Gráfico 6: Síntese das perceções sobre o impacto da IA (Grupo B)



4.3 Grupo C – Tradutores externos com recurso a IA

Para garantir o anonimato dos participantes, cada resposta foi identificada através de um código alfanumérico precedido da letra C (por exemplo, C11, C14 ou C102). Estes códigos correspondem aos identificadores internos atribuídos automaticamente pela plataforma LimeSurvey durante a fase de recolha de dados. Após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, apenas 24 respostas foram consideradas válidas para análise. No entanto, optou-se por manter a codificação original atribuída pelo sistema, sem proceder à sua renumeração, de modo a preservar a rastreabilidade interna dos dados e evitar ambiguidades durante o processo de tratamento e análise. Consequentemente, a numeração dos participantes não é sequencial, sendo possível que, apesar de a amostra final incluir apenas 24 respondentes, surjam códigos como C24 ou C102.

O Grupo C é composto por 24 participantes profissionais externos com experiência em localização de videojogos que já trabalharam com ferramentas de IA. Importa notar que, dentro destas 24 respostas completas, três participantes (C23, C26 e C104) foram excluídos na triagem por não preencherem os critérios de acesso. Quatro participantes (C30, C41, C51 e C76) responderam “não” à pergunta sobre o uso de ferramentas de IA e justificaram essa opção, embora não tenham acedido às perguntas seguintes. As restantes dezassete respostas constituem a base dos dados em análise.

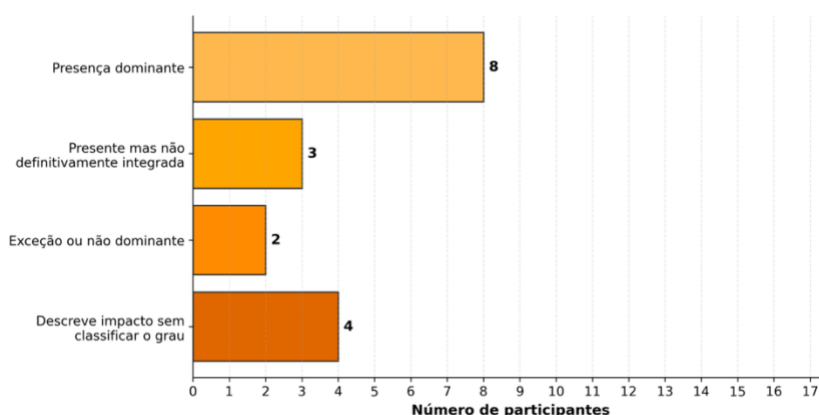
Trata-se de um grupo heterogéneo em termos de experiência e perfil. Inclui tradutores, revisores, pós-editores e gestores de localização, com percursos que variam entre dois e 25 anos de atividade, e que trabalham desde pequenos projetos independentes e jogos para dispositivos móveis até títulos AAA de grande dimensão.

No que diz respeito à evolução e ao futuro da localização, os dados provêm de três perguntas do questionário:

- NA SUA OPINIÃO, DE QUE FORMA A IA TEM TRANSFORMADO A INDÚSTRIA DE LOCALIZAÇÃO NOS ÚLTIMOS ANOS? CONSIDERA QUE JÁ É UMA PRESENÇA DOMINANTE, OU AINDA UMA EXCEÇÃO?
- NA SUA OPINIÃO, QUE FACTORES LEVAM ALGUMAS EMPRESAS A ADOPTAR A IA NAS SUAS LOCALIZAÇÕES E OUTRAS NÃO? E
- ACREDITA QUE A INDÚSTRIA CAMINHA PARA UM MODELO DE LOCALIZAÇÃO PREDOMINANTEMENTE ASSISTIDO POR IA, OU HAVERÁ SEMPRE ESPAÇO PARA UMA PRÁTICA PURAMENTE HUMANA?

Quanto ao estado atual, oito dos 17 participantes consideram a IA já uma presença dominante na indústria. O participante C48 é particularmente direto, ao afirmar que *"AI is no longer optional in translation—it's fundamental"*, e o respondente C71 descreve-a como *"an absolutely dominant presence. It disrupted the industry"*. Três participantes descrevem-na como presente, mas ainda não definitivamente integrada nos fluxos de trabalho, com o respondente C92 a notar que *"I wouldn't call it fully dominant yet, but it's no longer an exception either"*. Dois participantes (C47 e C70) consideram-na ainda uma exceção, e quatro descrevem os seus efeitos sem classificar o grau de presença. O gráfico seguinte apresenta a distribuição destas perceções:

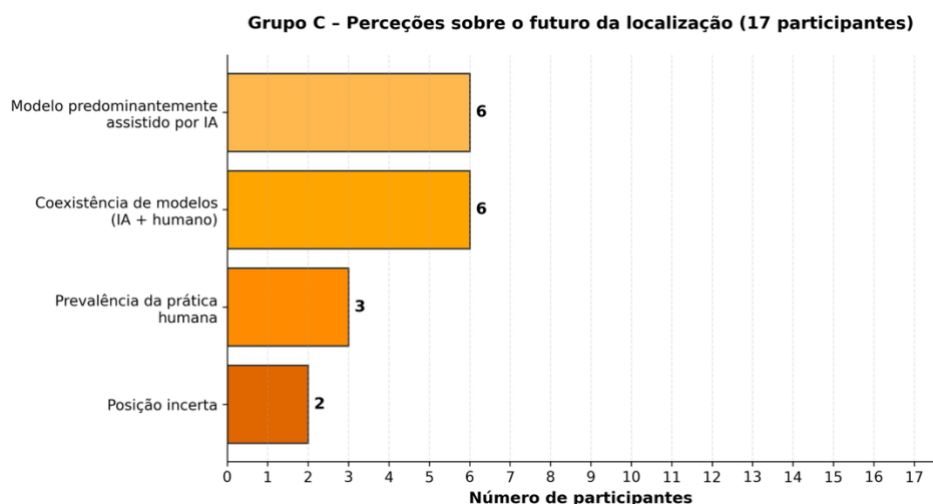
Gráfico 7: Distribuição das perceções sobre o estado atual da IA na indústria
Grupo C - Perceção do estado atual da IA na indústria (17 participantes)



Quanto aos fatores de adoção, 16 dos 17 participantes identificam o custo e a rapidez como motivações principais. O respondente C24 resume esta percepção de forma incisiva: *"pure greed"*. O participante C36 acrescenta uma leitura mais detalhada, ao descrever a IA como *"an excuse for the big players to use automated translation with no discretion"*, e o respondente C47 observa que *"I don't think anybody truly thinks that AI translations lead to better localization."* Como exceção, o participante C50 associa a adoção a considerações éticas e culturais, ao notar que os estúdios da região Ásia-Pacífico parecem mais abertos à tecnologia do que os ocidentais.

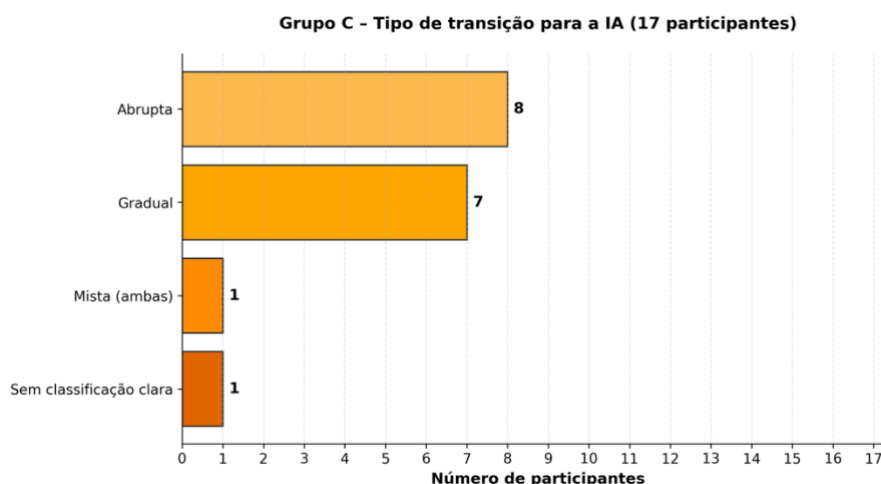
Quanto ao futuro, as posições distribuem-se de forma equilibrada. Seis participantes antecipam um modelo predominantemente assistido por IA, seis preveem uma coexistência de modelos, três defendem a prevalência da prática humana e dois declaram-se incertos. O respondente C63 oferece a perspectiva mais radical, ao antecipar que *"the model that may prevail will be entirely processed through AI, even Post-Editing, even LQA"*, enquanto o participante C46 defende a posição oposta: *"humans will be needed, in my opinion, forever, or at least for a very very long time"*. O gráfico seguinte ilustra a distribuição das percepções sobre o futuro da localização:

Gráfico 8: Distribuição das percepções sobre o futuro da localização



As respostas relativas à integração da IA no fluxo de trabalho (DE QUE FORMA A IA FOI INTEGRADA NO SEU FLUXO DE TRABALHO? FOI UMA TRANSIÇÃO GRADUAL OU ABRUPTA?) dividem-se de forma quase paritária entre transições abruptas (oito participantes) e graduais (sete), com o respondente C36 a descrever uma transição abrupta e marcada pela falta de transparência, ao relatar que *"one particular LSP was not exactly transparent about it (...) sometimes I had to fill out sheets to train their model with no extra payment."* Em contraste, o participante C92 descreve uma transição mais ponderada: *"early on, it was more experimental (...) lately, it's become more structured and intentional."* O gráfico seguinte apresenta a distribuição do tipo de transição:

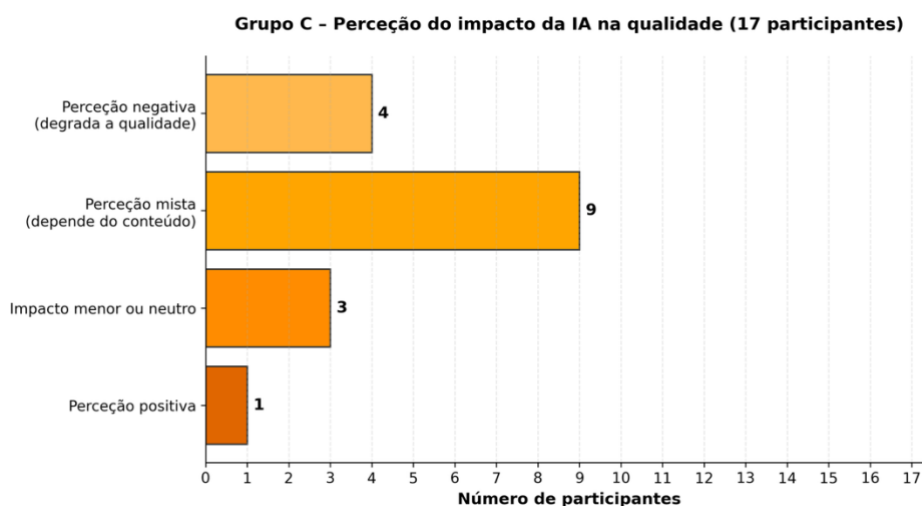
Gráfico 9: Distribuição do tipo de transição para a IA



A percepção do impacto da IA na qualidade, eficiência e criatividade foi analisada através da pergunta "QUE DIFERENÇAS CONCRETAS NOTAS EM TERMOS DE QUALIDADE, EFICIÊNCIA E CRIATIVIDADE EM COMPARAÇÃO COM UM FLUXO DE TRABALHO SEM IA? PODE DAR EXEMPLOS CONCRETOS?".

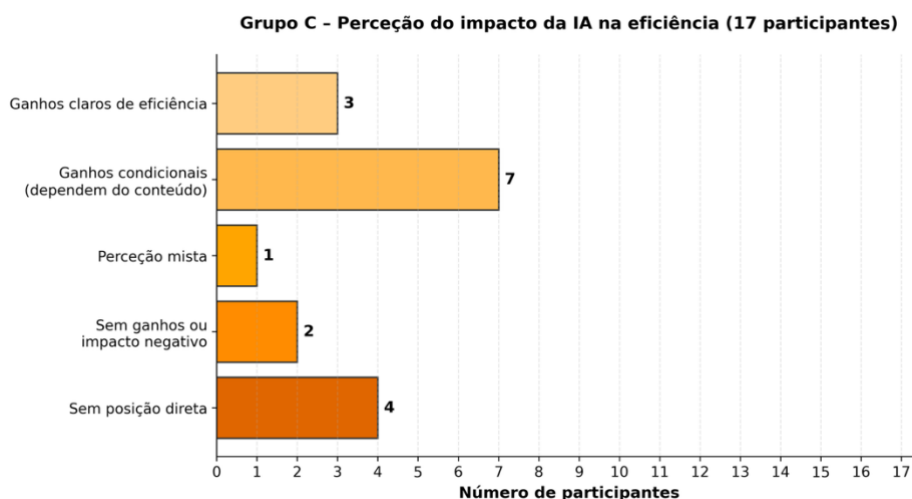
No que respeita à percepção do impacto na **qualidade**, a posição dominante é a de uma percepção mista, que varia consoante o tipo de conteúdo. Nove dos 17 participantes situam-se nesta categoria, ao reconhecerem resultados aceitáveis em conteúdos técnicos ou repetitivos, mas uma quebra de qualidade em textos criativos. O participante C48 exemplifica bem esta dualidade, ao descrever que *"the quality in legal content was surprisingly strong (...) about 80% of the output was usable with minimal changes"*, mas que *"it still falls short when it comes to creativity (...) it's particularly weak when it comes to wordplay and nuance."* Quatro participantes mantêm uma percepção estritamente negativa, com o respondente C46 a declarar que *"quality is worse (...) many false friends or calques sneak in."* O participante C61 introduz uma observação particularmente relevante sobre o efeito da pré-tradução na qualidade humana, ao notar que a presença de uma tradução pré-preenchida pela IA *"often encourages being lazy and moving on rather than thinking about the string from the ground up."* Apenas o respondente C71 descreve uma percepção globalmente positiva, ao referir que *"AI can be like a colleague who I can discuss my translations with."* O gráfico 10 sintetiza a distribuição das percepções sobre a qualidade:

Gráfico 10: Distribuição das percepções sobre o impacto da IA na qualidade



Quanto à percepção do impacto na **eficiência**, sete dos 17 participantes reconhecem ganhos condicionais, dependentes do tipo de conteúdo. Três descrevem ganhos claros, com o respondente C88 a oferecer o exemplo mais explícito: *"I could finish MTPE document work like in 30 minutes. It would've taken me 3-4 hours if I had to translate from the Scratch."* Dois participantes não reconhecem ganhos ou consideram que a IA prejudica a eficiência, com o respondente C35 a afirmar que *"there is no efficiency if a human translator has to start from scratch to get the right tone of voice."* O gráfico 11 apresenta a distribuição das percepções sobre a eficiência:

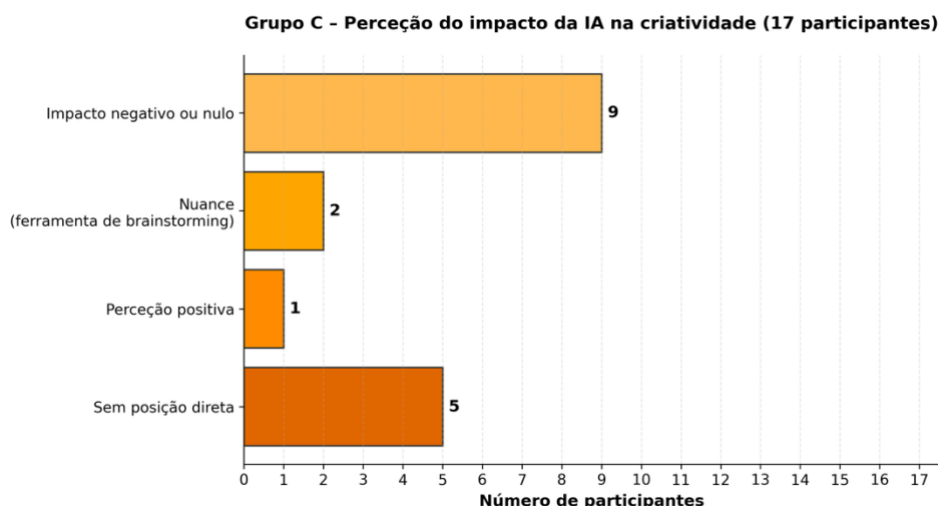
Gráfico 11: Distribuição das percepções sobre o impacto da IA na eficiência



No que diz respeito à percepção do impacto na **criatividade**, é a dimensão onde se regista a maior convergência crítica do grupo. Nove dos 17 participantes consideram que a IA tem um impacto negativo ou nulo na criatividade. O respondente C46 declara que *"creativity is non existent"* nos fluxos assistidos por IA, e o participante C36 descreve situações concretas em que *"I had to rewrite all of them simply because the machine didn't have the ability to translate them properly (...) it didn't think of any context and didn't identify the rhythm and rhymes of the text."* Duas

exceções destacam-se. Os participantes C63 e C92 reconhecem o valor da IA como ferramenta de *brainstorming*, com o respondente C63 a afirmar que *"AI can lack creativity, but it is a very powerful brainstorming tool. No human brain can give you 15 options to choose from in a matter of seconds."* Apenas o respondente C71 descreve uma percepção positiva, ao considerar que *"AI gives helpful inspirations to boost creativity in translations."* O gráfico 12 ilustra a distribuição das percepções sobre a criatividade:

Gráfico 12: Distribuição das percepções sobre o impacto da IA na criatividade

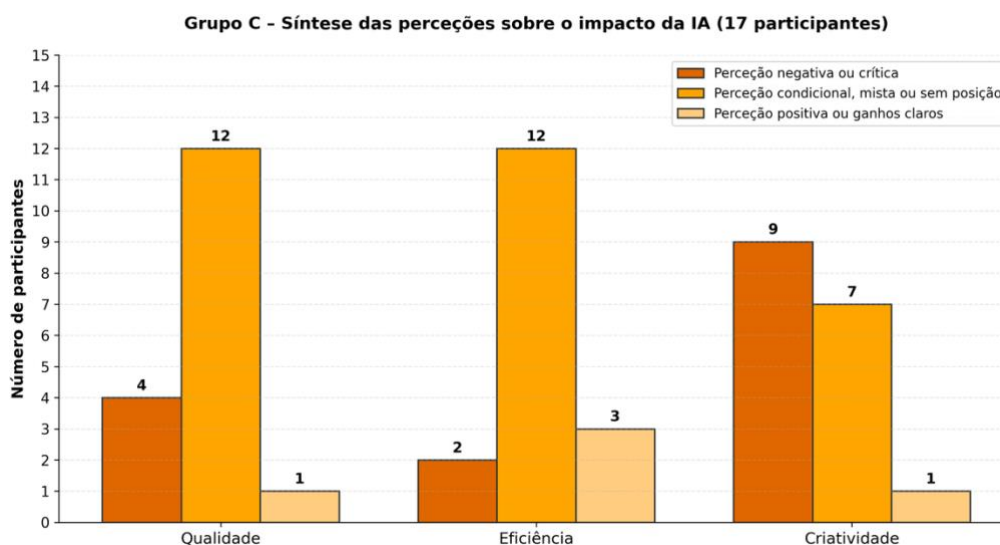


A percepção das vantagens e limitações da utilização da inteligência artificial acolhe, por fim, o contraponto dos quatro participantes que responderam não trabalhar com ferramentas de IA e justificaram essa opção. As razões dividem-se em dois eixos. Por um lado, motivos de ordem pessoal ou identitária, como expressa o respondente C41 ao descrever a tradução assistida por IA como *"a Frankenstein derived from other people's work."* Por outro lado, fatores de ordem prática ou impostos externamente, como a política da empresa (C51, que acrescenta *"though I would have if no other option for work was available"*) e os requisitos do cliente (C76), a par de considerações éticas e ambientais (C30, que refere trabalhar com agências assumidamente anti-IA).

Em síntese, o Grupo C revela uma percepção globalmente ambivalente da IA. A criatividade é, de forma quase unânime, identificada como o domínio onde a IA mais falha. A qualidade depende fortemente do tipo de conteúdo, com uma divisão clara entre domínios técnicos e criativos. A eficiência é a única dimensão onde se reconhecem ganhos, ainda que condicionais. Quanto ao futuro, as posições distribuem-se de forma equilibrada, sem tendência dominante. O contraponto oferecido pelos participantes que recusam estas ferramentas reforça uma linha de continuidade com os outros dois grupos, ao revelar que a posição face à IA resulta, com frequência, de uma

combinação entre convicção pessoal e condicionantes impostas pelo mercado. O gráfico seguinte oferece uma visão comparativa das três dimensões centrais:

Gráfico 13: Visão comparativa das três dimensões centrais: qualidade, eficiência e criatividade



4.4 Síntese comparativa

A análise dos três grupos evidencia um contraste estrutural entre quem decide não usar IA por opção estratégica consolidada e quem se confronta com a tecnologia a partir de posições de menor controlo sobre essa decisão.

No que respeita ao posicionamento e às motivações, a Wordfoxes apresenta a posição mais coesa e deliberada das três, sustentada em dois eixos complementares, a ética profissional e a estratégia de qualidade, e reforçada pelo facto de a empresa deter o poder de recusar pressões externas sem comprometer a sua atividade. O Grupo B partilha integralmente essa rejeição no plano dos valores e da prática diária, mas distingue-se da direção por não deter o mesmo grau de autonomia, na medida em que pelo menos dois dos seus participantes (B1 e B6) admitem sentir pressão do mercado para aceitar tarefas com IA, apesar da sua preferência pessoal pela tradução integralmente humana. O Grupo C, pelo seu lado, não apresenta uma posição de princípio homogénea, mas antes uma adesão pragmática condicionada por fatores económicos, semelhante à pressão externa que tanto a direção como os tradutores da Wordfoxes identificam como ameaça ao seu modelo. Os participantes do Grupo C que responderam não trabalhar com IA, ainda que de forma incompleta dentro do inquérito, aproximam-se das motivações do Grupo B, ao combinar convicção pessoal com fatores impostos por terceiros, o que sugere que a distinção entre os três grupos não é tão rígida quanto a sua categorização inicial pode sugerir.

Quanto à evolução e ao futuro da localização, os três grupos convergem na percepção de que a IA constitui uma pressão crescente sobre a indústria, embora discordem quanto ao grau de avanço já atingido. A direção da Wordfoxes é o grupo mais cético quanto à atual dominância da IA, ao atribuir essa contenção à exigência da comunidade *gamer*. O Grupo B tende a reconhecer um avanço mais acentuado, frequentemente acompanhado de alguma apreensão, e o Grupo C apresenta a leitura mais heterogênea, com participantes a oscilarem entre considerar a IA já dominante e a descrevê-la como ainda pouco expressiva na sua experiência pessoal. Quanto ao futuro, os três grupos preservam, ainda que com graus de confiança distintos, a expectativa de que subsistirá espaço para a prática puramente humana, sobretudo em domínios de elevado valor criativo ou cultural, embora um dos participantes do Grupo C, o respondente C102, oferece a posição mais pessimista de todo o estudo, ao antecipar que a tradução puramente humana se torne um “*niche market*” (nicho de mercado).

No que diz respeito ao impacto na qualidade, há uma diferença assinalável entre o Grupo B, que apresenta a posição mais uniformemente crítica e alinhada com a empresa para a qual trabalham, e o Grupo C, cujas respostas se dividem consoante o tipo de conteúdo trabalhado. Enquanto o Grupo B associa a IA a erros, inconsistências e empobrecimento estilístico de forma quase transversal, o Grupo C distingue entre domínios técnicos, onde reconhece resultados aceitáveis, e domínios criativos, onde a generalidade reproduz as mesmas críticas do Grupo B. A direção da Wordfoxes não fornece dados sobre experiência direta com IA nesta dimensão, mas a sua justificação estratégica antecipa precisamente os riscos que os outros dois grupos relatam a partir da prática.

Relativamente ao impacto na eficiência, regista-se a maior proximidade entre os Grupos B e C, ambos a reconhecerem ganhos de tempo reais, mas limitados a tarefas mecânicas, repetitivas ou de pesquisa, e ambos a contestarem esses ganhos sempre que o conteúdo exige reformulação criativa significativa. Em ambos os grupos surge a mesma observação de fundo, a de que o tempo poupado pode ser anulado, ou mesmo invertido, quando a correção do resultado gerado por IA se revela mais morosa do que a tradução direta.

A dimensão da criatividade constitui o ponto de maior convergência entre os três grupos. Tanto a direção como os dois grupos de tradutores reservam à criatividade o estatuto de domínio essencialmente humano, e a IA é associada, de forma quase unânime, a uma perda de nuance, de ritmo e de adequação cultural, sobretudo em tarefas de humor, trocadilho ou adaptação de referências. As exceções a esta tendência, presentes tanto no Grupo B como no Grupo C, partilham a mesma natureza, a de reconhecerem na IA um valor pontual como ferramenta de apoio ao *brainstorming*, sem que tal altere a percepção dominante de que a criatividade final depende do tradutor humano.

Por fim, a dimensão das vantagens e limitações de (não) usar IA é onde mais claramente se cruzam as condições de trabalho com as convicções pessoais. O Grupo B evidencia a tensão mais aguda entre os dois fatores, ao relatar pressão direta de clientes para a aceitação de tarefas de pós-edição, apesar da preferência pessoal pela tradução integralmente humana. O Grupo C reproduz essa mesma tensão de forma mais distribuída, com a maioria dos participantes que utilizam IA a descreverem a situação como ambivalente, e os participantes que responderam não trabalhar com IA a justificarem essa escolha através de uma combinação semelhante de fatores pessoais e impostos. A direção da Wordfoxes mantém-se, também aqui, como o único grupo capaz de transformar a recusa numa posição efetivamente implementada, e não apenas desejada.

Em conjunto, os três grupos traçam um quadro consistente, em resposta às duas questões de investigação. A Wordfoxes posiciona-se de forma destacada face às práticas dominantes da indústria, ao manter uma recusa coerente e operacionalizada da IA, sustentada tanto por razões éticas como estratégicas. Essa singularidade é, contudo, relativizada pelos dados dos Grupos B e C, que revelam que a percepção crítica da IA, sobretudo quanto à qualidade e à criatividade, não se restringe a quem trabalha na Wordfoxes, mas é partilhada por uma parte significativa dos profissionais externos, ainda que estes últimos, mais do que a empresa, se vejam sujeitos a pressões de mercado que condicionam a sua capacidade de agir de acordo com essa percepção.

O presente capítulo discute os resultados apresentados no capítulo anterior à luz da revisão da literatura e dos objetivos que orientaram esta investigação. A discussão organiza-se em torno das duas questões de investigação. Começo por analisar o posicionamento da Wordfoxes face à inteligência artificial e as motivações que o sustentam, a partir sobretudo do testemunho dos responsáveis da empresa. Em seguida, debruço-me sobre as perceções dos profissionais quanto ao impacto da IA na qualidade, na eficiência e na criatividade do seu trabalho, ao confrontar a experiência dos tradutores da Wordfoxes, que não recorrem a estas ferramentas, com a dos profissionais externos que com elas trabalham. Procuro, deste modo, não apenas interpretar os resultados à luz dos contributos teóricos reunidos no segundo capítulo, mas também responder, em última instância, às duas questões que conduziram este estudo.

5.1 QI 1 - Posicionamento da Wordfoxes face à IA e as suas motivações

A primeira questão de investigação (*De que forma o posicionamento da WordFoxes face à IA, enquanto empresa que não recorre a estas ferramentas, se distingue das práticas dominantes na indústria de localização de videojogos, e que motivações sustentam essa escolha?*) procura compreender de que forma o posicionamento da Wordfoxes face à inteligência artificial se distingue das práticas dominantes na indústria e que motivações o sustentam. Os dados recolhidos junto da direção permitem responder a esta questão a partir de dois eixos complementares, um de natureza ética e laboral e outro de natureza estratégica e de qualidade.

A primeira vertente, mais saliente no testemunho de A1, ancora a recusa da IA no respeito pela profissão e na recusa das tarifas impostas pelos estúdios para a tradução assistida por estas ferramentas. Esta posição articula-se diretamente com a compreensão da localização de videojogos como prática criativa, defendida por Mangiron e O'Hagan (2006) e por Bernal-Merino (2011), que reconhecem ao tradutor uma margem de liberdade criativa pouco habitual e situam a localização para além da simples transferência linguística. Ao recusar dissociar a tradução do seu valor criativo e da remuneração que lhe é devida, a direção da Wordfoxes inscreve-se nesta conceção, ao tratar a localização como um trabalho criativo e de autor e não como uma tarefa automatizável a baixo custo.

A segunda vertente, mais desenvolvido por A2, fundamenta a recusa em razões de qualidade, ao apontar o risco de perda de nuance, de inconsistências e de interpretações erradas que comprometem a experiência do jogador. Esta preocupação encontra eco direto nos resultados de Vasilikaris (2026), que demonstra que a IA generativa, embora razoável em textos formulaicos, falha de modo consistente nos conteúdos criativos e culturalmente ancorados, precisamente

aqueles que caracterizam a localização de videojogos. A leitura da direção, segundo a qual a tecnologia ainda não oferece a fiabilidade necessária sem etapas adicionais de revisão que anulam os ganhos de eficiência, corrobora o que Vasilikaris (2026) observa quanto à redistribuição do esforço para a pós-edição e a verificação, e aproxima-se também da reconfiguração de competências descrita por Nitzke e Hansen-Schirra (2021), para quem o recurso à tradução automática não dispensa, antes exige, uma intervenção humana qualificada.

Importa sublinhar que esta recusa não constitui, para a direção, uma posição ideológica ou definitiva. Ambos os entrevistados afirmam avaliar continuamente o mercado e condicionam uma eventual adoção futura à evolução da tecnologia e à manutenção do nível de qualidade pretendido. Trata-se, portanto, de uma recusa fundamentada e condicional, coerente com a posição da literatura, que tende a enquadrar a IA como ferramenta de apoio e não como solução de tradução autónoma (Vasilikaris, 2026; Nitzke & Hansen-Schirra, 2021).

A esta fundamentação acresce uma dimensão que ultrapassa o plano da empresa e se projeta sobre o futuro da profissão. A preocupação manifestada por A2 com a desvalorização do trabalho humano e com a erosão do ecossistema de talento especializado dialoga com a reflexão de Nitzke e Hansen-Schirra (2021) sobre a autoperceção do profissional, e antecipa o risco, identificado por Vasilikaris (2026), de uma degradação progressiva da qualidade quando a IA é adotada de forma indiscriminada em contextos altamente orientados para o utilizador.

Assim, em resposta à primeira questão de investigação, os resultados sugerem que o posicionamento da Wordfoxes constitui uma abordagem distinta da tendência descrita nos relatórios da indústria (Nimdzi Insights, 2026; ELIS 2026) e das perceções recolhidas junto dos profissionais externos participantes neste estudo. Esta diferença não decorre de uma rejeição genérica da tecnologia, mas de uma opção deliberada, sustentada pela defesa da qualidade da tradução e pela valorização das condições e do trabalho humano. As motivações subjacentes a esta estratégia não se limitam a uma preferência de natureza filosófica ou estética; configuram antes um modelo de negócio conscientemente assumido, no qual a prestação de serviços integralmente humanos é apresentada como uma garantia de qualidade e como um fator de diferenciação num contexto em que a automação e a utilização de ferramentas de IA assumem uma presença crescente.

5.2 QI 2 – As perceções dos profissionais sobre o impacto da IA

A segunda questão de investigação (*Como percecionam os profissionais de localização de videojogos o impacto da IA na qualidade, eficiência e criatividade do seu trabalho, e de que forma essas perceções diferem entre quem trabalha com e sem essas ferramentas?*) procura compreender de que forma os profissionais de localização de videojogos percecionam o impacto

da IA na qualidade, na eficiência e na criatividade do seu trabalho, e de que modo essas percepções variam entre quem trabalha com e sem estas ferramentas. A resposta emerge do confronto entre o Grupo B, composto por tradutores da Wordfoxes que não recorrem à IA, e o Grupo C, formado por profissionais externos que trabalham com estas tecnologias. Embora a comparação envolva grupos de dimensão distinta (9 e 17 participantes com respostas, respetivamente de um total de 24 respostas completas no Grupo C), essa assimetria não compromete os objetivos do estudo, uma vez que não se pretende estabelecer generalizações estatísticas, mas antes explorar tendências, identificar convergências e divergências e compreender diferentes perspetivas sobre o fenómeno em análise. Tratando-se de um estudo de caso, a análise privilegia a profundidade interpretativa em detrimento da representatividade da amostra, sendo os dados recolhidos entendidos como contributos exploratórios para a compreensão da problemática investigada. Assim, no que respeita à qualidade, os resultados confirmam o padrão por tipo de texto identificado por Vasilikaris (2026). Enquanto o Grupo B associa a IA a erros, inconsistências e empobrecimento estilístico de forma quase transversal, o Grupo C introduz uma distinção que matiza essa leitura, ao reconhecer resultados aceitáveis em domínios técnicos ou de terminologia consolidada e ao reservar as mesmas críticas para os conteúdos criativos e culturalmente ancorados. Esta diferença não contraria o Grupo B, antes o esclarece. Os profissionais externos, por trabalharem efetivamente com a tecnologia, distinguem aquilo que os tradutores da Wordfoxes anteveem de forma indiferenciada, e a fronteira que traçam, entre o texto formulaico e o texto criativo, coincide com a que Vasilikaris (2026) demonstra empiricamente, ao concluir que a IA responde razoavelmente a textos padronizados, mas falha nos conteúdos que exigem nuance, humor e adequação cultural. Esses conteúdos são precisamente os que Mangiron e O'Hagan (2006) e Bernal-Merino (2011) identificam como o cerne da localização de videojogos, o que ajuda a compreender por que razão a percepção crítica da qualidade é tão acentuada num setor de elevada exigência criativa.

Quanto à eficiência, é nesta dimensão que os dois grupos mais se aproximam. Ambos reconhecem ganhos de tempo reais, mas circunscritos a tarefas mecânicas, repetitivas ou de pesquisa, e ambos os contestam sempre que o conteúdo exige reformulação criativa. A observação que atravessa os dois grupos, a de que o tempo poupado pode ser anulado, ou mesmo invertido, quando a correção do resultado gerado por IA se revela mais morosa do que a tradução direta, corrobora de forma notável a constatação de Vasilikaris (2026) de que os ganhos de velocidade da IA são parcialmente ilusórios, na medida em que o esforço se redistribui para a pós-edição, a verificação e a tomada de decisão. O testemunho do participante que descreve concluir em meia hora uma tarefa que de outro modo lhe ocuparia várias horas coexiste, no mesmo grupo, com o relato de quem afirma que reescrever um segmento mal traduzido iguala ou excede o tempo de tradução de raiz. Esta ambivalência confirma que o ganho de eficiência é de apoio e condicional, e não estrutural.

A criatividade constitui o ponto de maior convergência de todo o estudo. Tanto os tradutores da Wordfoxes como os profissionais externos reservam à criatividade o estatuto de domínio essencialmente humano e associam a IA, de forma quase unânime, a uma perda de nuance, de ritmo e de adequação cultural. Esta convergência remete diretamente para a conceção da localização de videojogos como prática criativa, defendida por Mangiron e O'Hagan (2006) e por Bernal-Merino (2011), que reconhecem ao tradutor uma liberdade autoral que a automação dificilmente reproduz. As poucas exceções, presentes em ambos os grupos, partilham a mesma natureza, a de reconhecerem na IA um valor pontual como ferramenta de apoio ao *brainstorming*, sem que isso altere a perceção dominante de que a decisão criativa final pertence ao ser humano. Esta leitura é coerente com a posição da literatura, que tende a enquadrar a IA generativa como ferramenta complementar e não como solução autónoma (Vasilikaris, 2026).

A dimensão das vantagens e limitações revela, contudo, o achado mais significativo desta investigação, que ultrapassa a simples avaliação técnica da ferramenta. A perceção crítica da IA não distingue, no essencial, quem trabalha dentro da Wordfoxes de quem lhe é externo. O que distingue os dois grupos não é o juízo sobre a tecnologia, mas a margem de manobra para agir em conformidade com esse juízo. Alguns tradutores que colaboraram com a Wordfoxes, enquanto *freelancers* que também trabalham para outros clientes, relatam pressão direta desses clientes externos para aceitar tarefas de pós-edição, apesar da sua preferência pessoal pela tradução integralmente humana, e os profissionais externos descrevem uma situação ambivalente, em que a adesão à IA é, com frequência, menos uma escolha do que uma imposição económica. Este resultado dialoga de forma direta com a reconfiguração do papel do profissional descrita por Nitzke e Hansen-Schirra (2021), para quem a pós-edição deixou de ser uma tarefa menor para exigir novas competências de avaliação crítica e de aconselhamento, e encontra eco nos dados mais recentes da indústria. O relatório Nimdzi Insights (2026) documenta precisamente esta pressão, ao descrever a transição do linguista para funções de auditoria e de gestão de fluxos assistidos por IA, e ao identificar um fenómeno de *talent exodus*, o abandono da profissão por parte de quem se mostra insatisfeito com a crescente exigência de adaptação tecnológica. Esta estratificação do mercado é ilustrada de forma expressiva pelos próprios participantes. Um tradutor do Grupo B (B5) antecipa uma coexistência de modelos à semelhança da que se observa entre os restaurantes de hambúrgueres artesanais e as cadeias de *fast food*, ao passo que outro (B6) prevê que a tradução humana se torne uma raridade comparável às obras de Picasso ou Rembrandt nas belas-artes. No mesmo sentido, um profissional externo (C102) antecipa que a tradução puramente humana se converta num nicho de mercado. Estas imagens, longe de serem meras figuras de estilo, traduzem uma perceção partilhada de que a IA tende a empurrar o trabalho humano para um segmento *premium* e de menor escala, enquanto a tradução automatizada se generaliza como consumo de massa. Trata-se de uma leitura que converge com a transformação

estrutural documentada pelo relatório Nimdzi Insights (2026) e pelo ELIS 2026, ao confirmar que o valor profissional se desloca para as funções de maior especialização e exigência crítica. A preocupação manifestada pelos participantes com a desvalorização do trabalho e a erosão das condições profissionais não é, portanto, um receio isolado, mas um sintoma de uma transformação estrutural já reconhecida pelos dados do setor.

Importa ainda notar que quatro dos sete participantes do Grupo C que declararam não trabalhar com IA (C30, C41, C51 e C76) justificaram essa opção através de uma combinação de convicção pessoal e de fatores impostos por terceiros, o que os aproxima do Grupo B e relativiza a fronteira inicial entre os grupos. Esta permeabilidade sugere que a recusa da IA, longe de ser uma posição marginal de uma única empresa, percorre transversalmente a comunidade profissional, ainda que com graus distintos de autonomia para a concretizar.

Assim, em resposta à segunda questão de investigação, os resultados sugerem que os profissionais de localização de videojogos percecionam o impacto da IA de forma predominantemente crítica, sobretudo no que respeita à qualidade dos conteúdos criativos e à preservação da criatividade, embora reconheçam ganhos de eficiência limitados e condicionais. A diferença mais relevante entre quem trabalha com e sem IA não reside na perceção do seu valor, amplamente partilhada, mas na capacidade desigual de agir em função dessa perceção, uma capacidade que depende menos da convicção individual do que da posição que cada profissional ocupa face às pressões económicas do mercado.

O presente relatório permitiu articular duas dimensões complementares da formação realizada: a experiência de estágio na Wordfoxes e a investigação desenvolvida a partir dessa experiência. Se, por um lado, o estágio proporcionou o contacto direto com o contexto profissional da localização de videojogos e contribuiu para o desenvolvimento de competências técnicas, tecnológicas e profissionais essenciais ao exercício da atividade, por outro, a componente de investigação permitiu refletir criticamente sobre uma realidade observada durante esse período, procurando compreendê-la à luz da literatura e das perceções de outros profissionais do setor. As conclusões que se seguem procuram, por isso, integrar estas duas dimensões.

Do ponto de vista do estágio, a integração na Wordfoxes constituiu uma experiência particularmente enriquecedora, proporcionando a participação em projetos reais de localização de videojogos, tradução de conteúdos relacionados com esta indústria e ainda noutros projetos de tradução de natureza distinta. Para além do aprofundamento das competências técnicas associadas à tradução, à localização e ao controlo da qualidade linguística, o estágio permitiu compreender a organização dos fluxos de trabalho da empresa, os processos de colaboração entre os diferentes intervenientes e as exigências inerentes à localização de produtos de entretenimento digital. A diversidade das tarefas desenvolvidas contribuiu igualmente para consolidar competências terminológicas, documentais, tecnológicas e de gestão da qualidade, constituindo uma preparação relevante para o futuro exercício da profissão.

Foi precisamente o contacto direto com a metodologia de trabalho da Wordfoxes e com a sua filosofia empresarial que deu origem à componente de investigação desenvolvida neste relatório. Ao longo do estágio, tornou-se evidente que a empresa seguia uma abordagem aparentemente pouco habitual no contexto atual da indústria dos serviços linguísticos: apesar de recorrer a tecnologias de apoio à tradução, como ferramentas CAT e outras soluções de apoio ao processo tradutório, optava deliberadamente por não utilizar ferramentas de inteligência artificial para substituir o trabalho dos tradutores. Esta opção parecia contrastar com as tendências descritas nos relatórios mais recentes da indústria, que apontam para uma crescente integração da IA nos fluxos de trabalho dos prestadores de serviços linguísticos. Foi esta aparente singularidade que motivou a formulação das questões de investigação e a realização do estudo apresentado neste relatório.

Quanto à primeira questão, os resultados obtidos sugerem que o posicionamento da Wordfoxes não assenta numa rejeição genérica da tecnologia, mas numa recusa fundamentada que articula dois eixos complementares. Por um lado, uma dimensão ética e laboral, ligada ao respeito pela profissão e à recusa das tarifas associadas à tradução assistida por IA. Por outro, uma dimensão estratégica e de qualidade, que reconhece os limites atuais da tecnologia em conteúdos criativos e culturalmente ancorados. Esta recusa, longe de ser ideológica ou definitiva, revelou-se condicional e atenta à evolução do mercado, e configura, mais do que uma preferência, um

modelo de negócio deliberado, em que a opção humana funciona simultaneamente como garantia de qualidade e como fator de diferenciação face à concorrência.

Relativamente à segunda questão de investigação, os resultados obtidos sugerem que os profissionais de localização de videojogos percecionam o impacto da IA de forma predominantemente crítica, sobretudo no que respeita à qualidade dos conteúdos criativos e à preservação da criatividade, enquanto reconhecem ganhos de eficiência reais, mas limitados e condicionais. Um dos aspetos mais relevantes que emergiu da análise prende-se com o facto de essa perceção crítica não distinguir, no essencial, quem trabalha dentro da Wordfoxes de quem lhe é externo. O que separa os dois grupos não é o juízo sobre a tecnologia, amplamente partilhado, mas a capacidade desigual de agir em conformidade com esse juízo, uma capacidade que depende menos da convicção individual do que da posição que cada profissional ocupa face às pressões económicas do mercado. Enquanto a empresa detém o poder de recusar a IA de forma efetiva, vários profissionais externos, e mesmo dois tradutores que colaboram com a Wordfoxes (B1 e B6), relatam sentir-se compelidos a aceitá-la por imposição de outros clientes, ainda que partilhem da mesma reserva quanto ao seu valor.

Os resultados deste estudo sugerem, assim, que a transformação em curso na localização de videojogos não se traduz numa substituição do trabalho humano pela máquina, mas numa reconfiguração do papel do profissional e das condições em que exerce a sua atividade, tendência já documentada pela literatura e pelos dados mais recentes da indústria. A intervenção humana mantém-se indispensável, sobretudo nos domínios criativos e culturais que definem a especificidade desta área, mas o seu valor desloca-se progressivamente para funções de maior especialização e exigência crítica.

Este estudo contribui para a compreensão de um posicionamento ainda pouco documentado no setor da localização de videojogos: o de uma empresa que opta deliberadamente por não recorrer à inteligência artificial para substituir o trabalho tradutório humano. Ao integrar as perspetivas da direção e dos tradutores da Wordfoxes, bem como de profissionais externos que utilizam estas tecnologias, a investigação permitiu caracterizar essa opção e analisá-la à luz das tendências descritas na literatura e nos relatórios da indústria. Embora os resultados não possam ser generalizados ao conjunto do setor, oferecem evidência empírica que contribui para aprofundar a reflexão sobre as tensões existentes entre a qualidade, a criatividade e a valorização do trabalho humano, por um lado, e as pressões económicas e tecnológicas associadas à crescente adoção da inteligência artificial, por outro. Neste sentido, o estudo procura contribuir para o debate académico sobre a integração da IA na localização de videojogos, mostrando que poderão coexistir diferentes estratégias de posicionamento face a estas tecnologias.

Importa, contudo, reconhecer as limitações do trabalho. A principal prende-se com a dimensão reduzida da amostra, sobretudo no grupo dos tradutores da Wordfoxes, apesar dos vários canais de divulgação mobilizados. Acresce que a natureza qualitativa da investigação e a opção por um estudo de caso, embora adequadas ao objetivo de compreender em profundidade uma realidade específica, não permitem extrapolar os resultados para o conjunto da indústria. Do mesmo modo, a recolha de dados incidiu sobre uma única empresa e foi realizada num único momento temporal, circunstâncias que limitam o alcance das interpretações e a diversidade de perspetivas recolhidas. Estas limitações, contudo, não comprometem o propósito exploratório do estudo, antes definem o enquadramento dentro do qual os seus resultados devem ser interpretados.

As limitações identificadas abrem igualmente oportunidades para investigação futura. Sugere-se o aprofundamento do contraste entre a perceção crítica da IA e a capacidade desigual de a recusar, eventualmente através de estudos comparativos entre empresas com diferentes posicionamentos face à tecnologia. Seria igualmente pertinente acompanhar, ao longo do tempo, a evolução das condições de trabalho e da remuneração dos profissionais de localização, de modo a verificar se a segmentação do mercado antecipada por vários participantes se vem a confirmar. Finalmente, recomenda-se o alargamento da amostra e a inclusão de outros intervenientes na cadeia de localização, designadamente estúdios de desenvolvimento, clientes e gestores de projeto, de forma a proporcionar uma compreensão mais abrangente dos fatores que influenciam a adoção da inteligência artificial neste domínio.

Em síntese, os resultados obtidos sugerem que o caso da Wordfoxes representa uma abordagem distinta face às tendências atualmente descritas para a indústria dos serviços linguísticos. Mais do que traduzir uma oposição à inovação tecnológica, a opção da empresa parece assentar numa estratégia deliberada de valorização do trabalho humano em atividades consideradas particularmente criativas e culturalmente sensíveis. Embora não seja possível inferir a representatividade desta posição no conjunto do setor, o estudo evidencia a existência de modelos alternativos de integração ou de não integração da inteligência artificial na localização de videojogos e reforça a importância de continuar a investigar o papel do tradutor humano num contexto de transformação tecnológica acelerada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal-Merino, M. Á. (2011). A brief history of game localisation. *TRANS: Revista de Traductología*, 15, pp. 11–17.
- CyanAvatar Studios. (s.d.). *MoteMancer*. Consultado em 20 de maio de 2026, em <https://cyanavatarstudios.com/motemancer>
- Dachser. (s.d.-a). *Company*. Consultado em 3 de junho de 2026, em <https://www.dachser.com/en/company-10>
- Dachser. (s.d.-b). *Corporate history*. Consultado em 3 de junho de 2026, em <https://www.dachser.com/en/corporate-history-50>
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4th ed.). Wiley.
- Dunne, K. J. (2023). Localization. In S.-w. Chan (Ed.), *Routledge encyclopedia of translation technology* (2.^a ed., pp. 656–668). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003168348>
- ELIS. (2026). *European Language Industry Survey 2026: Trends, expectations and concerns of the European language industry*. Consultado a 20 de maio de 2026: <https://elis-survey.org/wp-content/uploads/2026/03/ELIS-2026-Report.pdf>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- GameFoxHub. (s.d.). Consultado em 3 de junho, em <https://www.gamefoxhub.com.br/>
- Holz-Mänttari, J. (1984). *Translatorisches Handeln: Theorie und Methode*. Suomalainen Tiedeakatemia.
- International Game Developers Association. (2012). *Best practices for game localization*. <https://englobe.com/wp-content/uploads/2012/05/Best-Practices-for-Game-Localization-v21.pdf>
- International Organization for Standardization. (2017). *Translation services — Post-editing of machine translation output — Requirements* (ISO 18587:2017(E)).
- Jakobson, R. (2012). On linguistic aspects of translation. In L. Venuti (Ed.), *The translation studies reader* (3.^a ed., pp. 126–131). Routledge. (Obra original publicada em 1959)
- Kitsundie Tales. (s.d.). *Kitsundie Tales*. <https://kitsundietales.com/>
- Liu, Q., & Zhang, X. (2023). Machine translation: General. In S.-w. Chan (Ed.), *Routledge encyclopedia of translation technology* (2.^a ed., pp. 112–127). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003168348>

Mangiron, C., & O'Hagan, M. (2006). Game localisation: Unleashing imagination with 'restricted' translation. *The Journal of Specialised Translation*, 6, 10–21.

Munday, J. (2016). *Introducing translation studies: Theories and applications* (4.^a ed.). Routledge.

Newzoo. (2025). *Top countries and markets by video game revenues*. Consultado em 5 de junho de 2026, em <https://newzoo.com/resources/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>

Nida, E. A. (1964). *Toward a science of translating: With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Brill.

Nitzke, J., & Hansen-Schirra, S. (2021). *A short guide to post-editing* (Translation and Multilingual Natural Language Processing 16). Language Science Press. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5646896>

Nimdzi Insights. (2026). *The 2026 Nimdzi 100: The size and state of the language industry*. <https://www.nimdzi.com/wp-content/uploads/2026/04/2026-nimdzi-100.pdf>

Nord, C. (1997). *Translating as a purposeful activity: Functionalist approaches explained*. St. Jerome.

Nord, C. (2005). *Text analysis in translation: Theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis* (2.^a ed.). Rodopi.

O'Hagan, M., & Mangiron, C. (2013). *Game localization: Translating for the global digital entertainment industry*. John Benjamins.

Reiss, K. (2000). *Translation criticism—the potentials and limitations: Categories and criteria for translation quality assessment* (E. F. Rhodes, Trad.). St. Jerome. (Obra original publicada em 1971)

Reiss, K., & Vermeer, H. J. (2013). *Towards a general theory of translational action: Skopos theory explained* (C. Nord, Trad.). Routledge. (Obra original publicada em 1984)

Snell-Hornby, M. (1995). *Translation studies: An integrated approach* (ed. rev.). John Benjamins. (Obra original publicada em 1988)

Vasilikaris, G. (2026). The name of the game: Exploring the impact of generative AI in videogame localisation. *Mikael: Finnish Journal of Translation and Interpreting Studies*, 19(1), 164–187. <https://doi.org/10.61200/mikael.163989>

Valli, P. (2019). *Fundamentals of localization for non-localizers*. In *Translation and Localization* (pp. 111-133). Routledge.

Vermeer, H. J. (2012). Skopos and commission in translational action (A. Chesterman, Trad.). In L. Venuti (Ed.), *The translation studies reader* (3.^a ed., pp. 191-202). Routledge. (Obra original publicada em 1989)

Vinay, J.-P., & Darbelnet, J. (1995). *Comparative stylistics of French and English: A methodology for translation* (J. C. Sager & M.-J. Hamel, Trad. e Ed.). John Benjamins. (Obra original publicada em 1958)

Apêndice A – Entrevista ao Grupo A (Direção Wordfoxes)

Localização sem IA? Tendências da Indústria e Prática Profissional: Relatório de Estágio na Wordfoxes.

Esta entrevista insere-se num relatório de estágio de Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas (ISCAP). O objetivo é compreender as tendências da indústria de localização face à adoção, ou não, de ferramentas de IA. A sua participação é voluntária e as respostas serão tratadas de forma confidencial e anónima. Não existem respostas certas ou erradas.

1. Pode descrever brevemente o seu percurso profissional e o tipo de projetos de localização em que costuma trabalhar? *

Texto de resposta longa

2. Na sua perspetiva, como tem a IA vindo a transformar o setor da localização nos últimos anos? Considera-a já uma presença dominante ou ainda uma exceção? *

Texto de resposta longa

3. Na sua opinião, que fatores levam certas empresas a adotar IA nas suas localizações e outras a não o fazer? *

Texto de resposta longa

4. Quais os principais fatores que motivaram a Wordfoxes a não integrar ferramentas de IA nos seus projetos de localização: tecnológicos, económicos, filosóficos ou de qualidade? *

Texto de resposta longa

5. Houve resistência interna ou externa (clientes, colaboradores) face a essa posição? Como foi gerida? *

Texto de resposta longa

6. Perspetivam integrar IA no futuro, ou é uma posição consolidada? *

Texto de resposta longa

7. Há algum aspeto sobre este tema que considere relevante e que não tenha sido abordado? *

Texto de resposta longa

Apêndice B – Entrevista ao Grupo B (Tradutores Wordfoxes)

Localization without AI? Industry Trends and Professional Practice: Internship Report at Wordfoxes

This interview is part of a Master's internship report in Specialized Translation and Interpreting at ISCAP (P.PORTO). The aim is to understand industry trends in localization regarding the adoption, or not, of AI tools. Your participation is voluntary and your answers will be treated confidentially and anonymously. There are no right or wrong answers.

1. Could you briefly describe your professional background and the type of localization projects you usually work on? *

Texto de resposta longa

2. In your view, how has AI been transforming the localization industry in recent years? Would you consider it already a dominant presence, or still an exception? *

Texto de resposta longa

3. In your opinion, what factors lead some companies to adopt AI in their localizations and others not to? *

Texto de resposta longa

4. Do you believe the industry is moving towards a predominantly AI-assisted localization model, or will there always be room for purely human practice? *

Texto de resposta longa

5. How would you describe your workflow at Wordfoxes? What tools do you use? *

Texto de resposta longa

6. What impact do you think the absence of AI has on the quality, efficiency, and creativity of the localizations you produce? Could you elaborate with concrete examples? *

Texto de resposta longa

7. Do you feel that not using AI represents an advantage, a limitation, or both in your work? *

Texto de resposta longa

8. Is there any aspect of this topic that you consider relevant and that has not been addressed? *

Texto de resposta longa

Apêndice C – Questionário ao Grupo C (Tradutores externos que usam IA – versão em português)

Idioma Português ▾ Alterar o idioma

IA na Localização de Videojogos: Perspetivas de Profissionais da Indústria

Este questionário faz parte de um relatório de estágio de Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas no ISCAP (P.PORTO). O objetivo é compreender as tendências da indústria de localização de videojogos relativamente à adoção, ou não, de ferramentas de IA. A sua participação é voluntária e as respostas serão tratadas de forma confidencial e anónima. Não existem respostas certas ou erradas.

There are 11 questions in this survey.

Este inquérito é anónimo.

O registo das respostas ao inquérito não contém qualquer informação sobre a sua identidade, excepto se alguma pergunta do inquérito solicitar alguma identificação e a fornecer.

Se usou um código para aceder a este inquérito este código não será guardado junto com as suas respostas. O código é gerido numa base de dados separada e apenas é utilizado pelo programa para registar que concluiu o inquérito. Não há forma de relacionar os códigos dos convidados a participar no inquérito com as respostas dadas.

[Seguinte](#)

Verificação de Perfil

★ Tem experiência em localização de videojogos?

📌 Escolha uma das seguintes respostas

☐ Sim

☐ Não

[Seguinte](#)

★ Tem experiência em localização de videojogos?

📌 Escolha uma das seguintes respostas

🚫 A resposta a esta pergunta é obrigatória

☐ Sim

☒ Não

Obrigado pelo seu interesse! Infelizmente, este questionário destina-se a profissionais de localização de videojogos. O seu perfil não corresponde ao público-alvo pretendido.

★ Nos seus projetos de localização de videogames, já trabalhou com ferramentas de IA?

📌 Escolha uma das seguintes respostas

☐ Sim

☒ Não

Porque não trabalhou com ferramentas de IA nos seus projetos de localização de videogames? Por exemplo: preferência pessoal, requisitos do cliente, política da empresa, falta de acesso a ferramentas, ou outro motivo?

Obrigado pelo seu interesse! Infelizmente, este questionário destina-se a profissionais de localização de videogames que tenham trabalhado com ferramentas de IA. O seu perfil não corresponde ao público-alvo pretendido.

Questões Gerais

★ Pode descrever brevemente o seu percurso profissional e o tipo de projetos de localização em que normalmente trabalha?

★ Na sua opinião, de que forma a IA tem transformado a indústria de localização nos últimos anos? Considera que já é uma presença dominante, ou ainda uma exceção?

★ Na sua opinião, que fatores levam algumas empresas a adotar a IA nas suas localizações e outras não?

★ Acredita que a indústria caminha para um modelo de localização predominantemente assistido por IA, ou haverá sempre espaço para uma prática puramente humana?

Experiência em IA e Localização

★De que forma a IA foi integrada no seu fluxo de trabalho? Foi uma transição gradual ou abrupta?

★Que diferenças concretas nota em termos de qualidade, eficiência e criatividade em comparação com um fluxo de trabalho sem IA? Pode dar exemplos concretos?

★Houve alguma resistência da sua parte ou de colegas à introdução da IA? Como foi ultrapassada?

Há algum aspeto deste tema que considere relevante e que não tenha sido abordado?

Obrigada

Muito obrigada pelo seu tempo e contribuição! As suas respostas são extremamente valiosas para a minha investigação e contribuirão para uma melhor compreensão do papel da IA na localização de videojogos, bem como para a conclusão do meu Mestrado. Agradeço sinceramente a sua participação!

Laura Mestre
Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas no ISCAP (P.PORTO)

Submeter

Apêndice D – Questionário ao Grupo C (Tradutores externos – versão em inglês)

Language: English  [Change the language](#)

AI in Videogame Localization: Perspectives from Industry Professionals

This survey is part of a Master's internship report in Specialized Translation and Interpreting at ISCAP (P.PORTO). The aim is to understand industry trends in videogame localization regarding the adoption, or not, of AI tools. Your participation is voluntary, and your answers will be treated confidentially and anonymously. There are no right or wrong answers.

There are 11 questions in this survey.

This survey is anonymous.

The record of your survey responses does not contain any identifying information about you, unless a specific survey question explicitly asked for it.

If you used an identifying token to access this survey, please rest assured that this token will not be stored together with your responses. It is managed in a separate database and will only be updated to indicate whether you did (or did not) complete this survey. There is no way of matching identification tokens with survey responses.

Next

Eligibility Check

★Do you have experience in videogame localization?

📌 Choose one of the following answers

- ☐ Yes
☒ No

Thank you for your interest! Unfortunately, this survey is aimed at videogame localization professionals. Your profile does not match the intended target group.

Next

★In your videogame localization projects, have you worked with AI tools?

📌 Choose one of the following answers

- ☐ Yes
☒ No

Why have you not worked with AI tools in your videogame localization projects? For example: personal preference, client requirements, company policy, lack of access to tools, or any other reason?

Thank you for your interest! Unfortunately, this survey is aimed at videogame localization professionals who have worked with AI tools. Your profile does not match the intended target group.

General Questions

*Could you briefly describe your professional background and the type of localization projects you usually work on?

*In your view, how has AI been transforming the localization industry in recent years? Would you consider it already a dominant presence, or still an exception?

*In your opinion, what factors lead some companies to adopt AI in their localizations and others not to?

*What concrete differences do you notice in terms of quality, efficiency, and creativity compared to a workflow without AI? Could you elaborate with concrete examples?

*Was there any resistance on your part or from colleagues to the introduction of AI? How was it overcome?

*Do you believe the industry is moving towards a predominantly AI-assisted localization model, or will there always be room for purely human practice?

Next

AI & Localization Experience

✦ How was AI integrated into your workflow? Was it a gradual or abrupt transition?

✦ What concrete differences do you notice in terms of quality, efficiency, and creativity compared to a workflow without AI? Could you elaborate with concrete examples?

✦ Was there any resistance on your part or from colleagues to the introduction of AI? How was it overcome?

Is there any aspect of this topic that you consider relevant and that has not been addressed?

Apêndice E – Respostas do Grupo A (Direção Wordfoxes – Entrevistado A1)

1. Pode descrever brevemente o seu percurso profissional e o tipo de projetos de localização em que costuma trabalhar? *

O meu percurso profissional começou em 2019 como tradutor freelancer. Ao longo dos anos especializei-me em tradução de marketing e comecei também a trabalhar como especialista de SEO, que me serviu de introdução ao mundo do marketing no geral e facilitou a gestão atual de marketing da empresa.

Relativamente à localização, o meu papel na empresa é mais voltado para a parte da preparação dos projetos. Ou seja, preparo tudo para que os meus colegas possam elaborar o projeto de localização sem nenhuma dificuldade. Desde encontrar tradutores ajustados ao projeto a preparar CAT Tools ou encontrar parceiros para fazer a gravação de dubbing ou LQA, caso seja necessário.

No entanto, também atuo como gestor de projetos e estabeleço prazos com o cliente e tradutores, preparo os ficheiros nas CAT Tools para a tradução, respondo às perguntas dos tradutores e certifico-me de que é tudo entregue dentro do prazo.

2. Na sua perspetiva, como tem a IA vindo a transformar o setor da localização nos últimos anos? *
Considera-a já uma presença dominante ou ainda uma exceção?

As grandes empresas e estúdios estão constantemente a pressionar. Essa pressão para inserir IA nos métodos de trabalho é sentida não apenas na localização, mas na indústria de videojogos no geral. Relativamente à localização, não diria, no entanto, que é uma presença dominante, pois a comunidade gamer, sendo uma comunidade bastante exigente, mostra-se contra essas implementações de IA, sobretudo no texto criativo e na arte do jogo.

Essa rejeição segura o mercado. O problema está quando/se algum dia a comunidade começar a aceitar a qualidade "suficiente" gerada pelos métodos de trabalho de IA e humana.

3. Na sua opinião, que fatores levam certas empresas a adotar IA nas suas localizações e outras a não o fazer? *

O respeito pela profissão. Não me refiro apenas ao pagamento, mas ao facto de saber que o conteúdo traduzido não está com qualidade suficiente para algum tradutor ou agência se orgulhar de reclamar a tradução feita por si.

5. Quais os principais fatores que motivaram a Wordfoxes a não integrar ferramentas de IA nos seus projetos de localização: tecnológicos, económicos, filosóficos ou de qualidade? *

Nós somos contra o IA pelos motivos mencionados anteriormente. Não achamos que um tradutor, que se dedique à sua profissão com gosto, deva aceitar as rates impostas pelos estúdios para a tradução feita por IA. Acreditamos que a tradução é um trabalho criativo, especialmente em videojogos e, tal como qualquer trabalho criativo, é bastante exigente. Portanto, achamos que uma remuneração justa e adequada é necessária.

6. Houve resistência interna ou externa (clientes, colaboradores) face a essa posição? Como foi gerida? *

Sim, os nossos clientes já nos perguntaram se fazíamos IA, ao qual já respondemos que vai sempre depender das rates e condições. Nós não estamos dispostos a fazer um trabalho mantendo a mesma qualidade por a um valor abaixo. E partilhamos todos, internamente, dessa opinião.

7. Perspetivam integrar IA no futuro, ou é uma posição consolidada? *

Não é uma posição consolidada. Estamos constantemente a avaliar o mercado. No entanto, a imagem que queremos transmitir com a Wordfoxes é a de uma agência de localização de qualidade. O que significa que não vamos permitir que esse nível de qualidade seja afetado por IA que não vai de encontro com os nossos princípios.

8. Há algum aspeto sobre este tema que considere relevante e que não tenha sido abordado? ^

Penso que no que toca à localização, foi tudo abordado. Obrigado! :)

Apêndice F – Respostas do Grupo A (Direção Wordfoxes – Entrevistado A2)

1. Pode descrever brevemente o seu percurso profissional e o tipo de projetos de localização em que costuma trabalhar? *

Comecei o meu percurso profissional como tradutor freelancer na área de localização de videojogos, trabalhando em diferentes projetos e adquirindo experiência na adaptação de conteúdos para vários mercados. Posteriormente, ingressei na Wordfoxes, onde evolui para a função de Project Manager.

Atualmente, coordeno projetos de localização de videojogos de ponta a ponta, gerindo equipas multilíngues, prazos e comunicação com clientes, garantindo sempre a qualidade e consistência do produto final. Os projetos em que estou mais envolvido incluem a localização completa de videojogos, desde conteúdos in-game (como diálogos, UI e textos narrativos) até materiais de apoio, como documentação, lojas digitais e conteúdos de marketing. Também tenho experiência em adaptação cultural, assegurando que o conteúdo é relevante e natural para cada mercado-alvo.

2. Na sua perspetiva, como tem a IA vindo a transformar o setor da localização nos últimos anos? *
Considera-a já uma presença dominante ou ainda uma exceção?

Na minha perspetiva, a IA tem vindo claramente a ganhar espaço no setor da localização nos últimos anos, mas ainda não diria que seja uma presença dominante, está numa fase de crescimento e experimentação. Existe alguma adoção, sobretudo ao nível de ferramentas de apoio, mas também uma rejeição significativa por parte de muitos profissionais de tradução e de uma parte considerável dos clientes, especialmente quando a qualidade e a nuance são críticas. No caso específico da localização de videojogos, que é um exercício altamente criativo e adaptativo, a IA continua a demonstrar dificuldades em adaptar conteúdos de forma natural e em realizar transcrição de forma autónoma.

Ainda assim, começa a ser cada vez mais utilizada por tradutores como ferramenta de suporte, por exemplo, para gerar ideias iniciais ou explorar possíveis soluções linguísticas. No entanto, no que toca a substituir completamente o trabalho humano, parece-me que essa realidade ainda está bastante distante, sobretudo em áreas onde o contexto cultural e a criatividade têm um peso tão grande.

3. Na sua opinião, que fatores levam certas empresas a adotar IA nas suas localizações e outras a não o fazer? *

Na minha opinião, a adoção de IA na localização depende sobretudo de um conjunto de fatores estratégicos e operacionais.

Por um lado, empresas que priorizam redução de custos e rapidez de entrega tendem a adotar soluções baseadas em IA com mais facilidade, especialmente em projetos com grandes volumes de texto ou conteúdos mais repetitivos, como documentação técnica ou apoio ao cliente. Nestes casos, a eficiência pode compensar eventuais perdas de nuance.

Por outro lado, empresas que valorizam mais a qualidade, a consistência de tom e a adaptação cultural, como é o caso frequente na indústria dos videojogos, tendem a ser mais cautelosas. A preocupação com a experiência do utilizador final e com a fidelidade ao produto original leva muitas vezes a uma maior resistência à substituição de tradutores humanos.

Além disso, há também fatores como o tipo de conteúdo, o orçamento disponível, a sensibilidade do público-alvo e até a experiência prévia com IA. Empresas que já testaram estas soluções e não obtiveram bons resultados podem ficar mais reticentes.

5. Quais os principais fatores que motivaram a Wordfoxes a não integrar ferramentas de IA nos seus projetos de localização: tecnológicos, económicos, filosóficos ou de qualidade? *

No caso da Wordfoxes, a decisão de não integrar ferramentas de IA nos projetos de localização está sobretudo relacionada com fatores de qualidade, embora também existam considerações tecnológicas e estratégicas.

A principal preocupação prende-se com a qualidade final do produto. Na localização de videojogos, onde a criatividade, o tom e a adaptação cultural são essenciais, as soluções de IA ainda não conseguem garantir resultados consistentes ao nível exigido. Há um risco real de perda de nuance, inconsistências e interpretações erradas, o que pode comprometer a experiência do jogador.

Do ponto de vista tecnológico, embora as ferramentas tenham evoluído, ainda não oferecem o nível de fiabilidade necessário para substituir ou reduzir significativamente o trabalho humano sem introduzir etapas adicionais de revisão, que acabam por anular parte dos ganhos de eficiência.

Existe também uma componente estratégica: a Wordfoxes posiciona-se como uma empresa focada em qualidade e em tradução humana, utilizando a tecnologia como suporte, por exemplo, através de CAT tools, mas não como substituição do trabalho dos linguistas.

Por fim, há também um fator importante relacionado com as nossas equipas. Temos acesso a alguns dos melhores talentos na área da localização de videojogos e valorizamos essa relação. Tendo em conta a postura maioritariamente crítica de muitos tradutores freelancers em relação à IA, procuramos ouvi-los ativamente e dar prioridade ao trabalho humano, mantendo uma colaboração baseada em confiança e respeito pelo seu contributo especializado.

6. Houve resistência interna ou externa (clientes, colaboradores) face a essa posição? Como foi gerida? *

Depende muito dos clientes. Existem estúdios e publishers que partilham da nossa posição em relação à IA e valorizam uma abordagem mais centrada na qualidade e no trabalho humano, mas também há outros que procuram ativamente soluções com IA, sobretudo por questões de custo ou rapidez.

Nesses casos, a gestão passa por uma comunicação clara e transparente, explicando as limitações atuais da IA, especialmente no contexto da localização de videojogos, e os possíveis impactos na qualidade final. Procuramos alinhar expectativas desde o início e, sempre que possível, encontrar soluções que não comprometam a experiência do jogador.

Do lado interno, não tem havido propriamente resistência, já que a nossa abordagem está bastante alinhada com a perspetiva das equipas. Mantemos um diálogo aberto e próximo com os nossos parceiros, garantindo que as decisões refletem não só a estratégia da empresa, mas também a valorização do trabalho dos tradutores.

7. Perspetivam integrar IA no futuro, ou é uma posição consolidada? *

Neste momento, se as ferramentas de IA continuarem a funcionar como têm vindo a funcionar, não vemos grande utilidade na sua integração direta nos nossos processos de localização, para além da utilização individual por parte dos tradutores como apoio, como mencionado anteriormente.

Não se trata de uma posição fechada ou ideológica, mas sim de uma avaliação baseada no estado atual da tecnologia e naquilo que conseguimos garantir em termos de qualidade. Enquanto a IA não demonstrar capacidade para responder às exigências específicas da localização de videojogos, em particular no que diz respeito à criatividade, consistência e adaptação cultural, a sua adoção de forma mais estruturada não é uma prioridade.

Damos, isso sim, muito mais importância à otimização dos nossos recursos e à melhoria contínua dos nossos workflows, sobretudo ao nível da gestão de projetos, com o objetivo de reduzir custos, acelerar processos e, acima de tudo, manter uma qualidade de excelência.

Mesmo nesse contexto, não identificamos atualmente uma vantagem real da IA para além de apoiar tarefas muito pontuais, como o polimento de textos ou a melhoria de guias de estilo previamente desenvolvidos, permitindo alguma poupança de tempo. No que toca à criação de conteúdos, estruturação de workflows ou gestão de projetos, nenhuma ferramenta demonstra ainda a fiabilidade necessária para que possa ser utilizada de forma totalmente confiante.

8. Há algum aspeto sobre este tema que considere relevante e que não tenha sido abordado?

Existe um aspeto que considero importante e que muitas vezes fica fora da discussão: o impacto que estas mudanças podem ter no próprio ecossistema de talento da indústria.

A localização de videojogos depende muito de comunidades de tradutores, revisores, editor, e testers altamente especializados, com forte sensibilidade cultural e criativa. À medida que a IA ganha mais visibilidade, existe o risco de alguma desvalorização percebida do trabalho humano, mesmo quando, na prática, continua a ser essencial. Isto pode afetar a motivação dos profissionais e, a médio prazo, até a atratividade da área para novos talentos.

Outro ponto relevante é que a discussão sobre IA muitas vezes foca-se apenas em eficiência e custos, mas nem sempre dá o devido peso à experiência do jogador final. Em videojogos, a qualidade da escrita e da adaptação cultural tem um impacto direto na imersão e na perceção do produto, algo que nem sempre é fácil de quantificar.

Concluindo, a área arrisca-se a ser gradualmente degradada, com a perda progressiva de talento especializado e, consequentemente, uma queda contínua na qualidade dos produtos localizados.

Apêndice G – Respostas do Grupo B (Tradutores da Wordfoxes – por ordem: B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B8, B9)

1. Could you briefly describe your professional background and the type of localization projects you usually work on?

9 respostas

I offer localization services from English into Brazilian Portuguese. I have already had the pleasure to work with +500 games among other areas.

I have worked in the translation business since 2013. I have a Bachelor's in Languages (UFRGS, 2011), a 9-term course focused on Localization. My main area is videogames.

I started as a LQA tester in 2011 and moved to translation and review in 2016. I work on all sort of game localization projects.

Russian linguist (translator, editor, proofreader, etc.). Work in gaming and marketing localization.

I'm a localisation specialist with more than 15 years of experience. I have translated a vast array of videogames, from story-driven experiences to sport simulations.

I'm a Brazilian native translator and proofreader specializing in English into Brazilian Portuguese. I work on games, apps, websites, marketing, IT, and software localization.

I have a BA in Language, Culture and Translation of JGU Mainz and a MA in Literary Translation from HHU Düsseldorf. After my studies, I started working in loc immediately and have been doing so for the past 8 years. I mostly work on large MMOs and some RPGs.

I'm a reviewer at Wordfoxes. I oversee several projects, most of them being for games and provide feedback regarding the translators quality.

Localizer for game companies, both residential and project-based

I have been localising games since 2017, mostly adventure, racing, management and casual games

2. In your view, how has AI been transforming the localization industry in recent years? Would you consider it already a dominant presence, or still an exception?

9 respostas

I'm currently feeling afraid of AI and its impact in my workload. I feel that the last two months were weaker than usual, and I keep thinking it's AI.

AI has not really brought anything different than MT already had: it's just more widely popular across industries, and it's being used as tool to lower rates. Companies are just forcing people to accept post-editing jobs or nothing, but the quality of the output or the level of automation hasn't really improved significantly in the past years.

Previously, MTPE was considered an exception to cut costs or handle non-priority content. Now, AIPE is widespread and, from my perspective, may take up to 50% of the market.

While I wouldn't say AI has a dominant presence, it has had a strong impact on the industry. Many agencies offer that kind of subprime solution nowadays, and since many translators are paid less, some translators do use that as well to compensate for their loss of income.

It's definitely becoming a dominant presence. However, its effectiveness still heavily depends on how responsibly and strategically it is integrated alongside human professionals, rather than used as a shortcut to replace them. For example, machine learning has always been valuable for identifying patterns, optimizing workflows, and generating insights that help businesses grow.

The issue arises from how it is being implemented. Many decision-makers tend to equate AI solely with large language models (LLMs) and attempt to deploy them without proper data preparation, and maintenance, which are very costly processes.

AI has unfortunately become too big of a factor in loc, which means declining quality of translation. I'm not using it as it goes against my moral and ethical standard.

It's dominant, most projects last year had a component with AI in it. AI as in LLM. Previously we saw pretranslated text with Deepl, that was already very common and even standard with some customers. Now we start to see pretranslated text with this LLM models.

Yes, AI is a fixed part of the workflow

Unfortunately, it has become a relevant presence, with many agencies using it instead of human translators (or using it as pretext to lower rates)

3. In your opinion, what factors lead some companies to adopt AI in their localizations and others not to?

9 respostas

They may think it's faster and cheaper, but the outcome is having linguists fixing and humanizing most of the texts, and being underpaid for it. If a company is run by someone who actually understands the localization process, they might be more cautious with AI.

Companies that adopt AI are focusing on cost-cutting as a mean to improve their revenue: the only quality parameter they have for the product they sale is "good enough to keep the client". Localization is not their focus anymore: it's only the financial growth.

AI Adoption: valid reason to cut cost ("we must reduce the rate by XX%, but instead we can run the source text through machine/AI translation"); faster turnaround. AI Refusal: deliberate refusal to use AI due to environmental, ethical, quality, and other concerns.

Companies that don't care for quality or are afraid to lose clients adopt AI. I think it will backfire on them, because at some point, clients will not trust them anymore. Moreover, translation is losing its value, which is detrimental to anyone who works in the localisation industry, including AI agencies. If you think AI can translate for you, why should you pay for it?

I can't offer a opinion on that, as I'm not a company owner. I prefer not to speculate without concrete data of the decision-making processes. Factors likely vary widely between companies depending on their resources, goals, and internal expertise, but, without real evidence, any answer would be largely guesswork.

Late stage capitalism. I'm sorry to put it so bluntly, but that's it. Companies want to push their product while keeping cost low and they're sacrificing quality.

Mainly budget. They are aware that the quality will likely suffer when using them for localization, so they still demand human oversight, however the longer the word count the more likely it is for them to prefer the AI translation with an human review. Some companies also simply want to test the new technology and localization tends to be a good place to do so.

4. Do you believe the industry is moving towards a predominantly AI-assisted localization model, or will there always be room for purely human practice?

9 repostas

I like to believe the human practice will always prevail, but I see so many people nowadays communicating in strange, automated ways, promoting errors we find online... I really don't know.

As long as people keep caring about games as a form of human expression, there will always be room for human practice. Which is why companies that only sell them as consumer product are trying so hard to push for the AI model: they know it's hollow, and they want the customer base to get used to that hollowness as fast as possible.

It's moving to predominantly AI-assisted localization model.

There will be always room for human practice, but AI will greatly affect the whole industry. Many translators and agencies will throw the towel.

There will be several types of localization coexisting in the industry. Larger companies will continue to adopt AI-assisted models, using the most advanced technology of each era. We've already seen this with the shift from machine translation to neural machine translation. At the same time, other approaches will persist, much like the rise of artisanal burger restaurants alongside fast-food chains, or the renewed use of analog computers to solve specific problems that digital systems struggle with. Many of us live in large cities and forget that smaller towns often solve problems using older, more traditional methods, including highly artisanal approaches. Technology also does not reach everyone in the same way, which further reinforces this diversity of practices.

Unfortunately, yes. Human translation will probably become like Picasso or Rembrandt in fine arts - a rarity that stands for true craftsmanship.

It is. There will also be a place for human practice. However I do think that most of the "purely" human localization work, or writing in general will need to be a collective effort to be able to compete with AI in the long run for most cases.

Yes, I don't think purely human practice will be feasible

It saves a lot of time and money if implemented well. Human proofreading is still indispensable

I think some companies want to maximise profit using AI, whereas others prefer the tailored experience and nuances only a human translator can provide

I hope that this AI frenzy will decrease over time. I worked on texts written with AI and they don't "read" very well.

5. How would you describe your workflow at Wordfoxes? What tools do you use?

9 respostas

I usually use memoQ, both Desktop and online. I've worked with a few titles already, and the PMs are so kind. They're extremely supportive.

Tool-wise, it's pretty standard: Memoq for translation/review, Discord for team discussion, e-mail for handoffs, Protomos for job tracking and invoices. Communication can be a bit chaotic at times, maybe due to the lack of clarity of who's the "acting PM" on specific tasks or projects, but there is a conscient effort to maintain a friendly and helpful setting, which is very much appreciated!!!

The workflow is straightforward: I get translation and/or proofreading projects in Excel or XLIFF format and do them in my own copy of memoQ or other tools (e.g., Smartcat). After I complete them, I send the completed files by email or upload them to a shared cloud drive.

Like I always did. No IA, just good old human skill. And most of the time a CAT tool. You still need to double check everything you do, but that is routine work for any translator.

I mainly use Discord for communication and CAT tools such as memoQ or Trados for translation and consistency management.

For research, I rely on Google, three digital dictionaries for the target language, two for the source language, a synonym database, references of terms translated by professional translators, and an online technical dictionary.

When I need more creative options, I use ChatGPT to reduce brainstorming time from around 40 minutes to 15 minutes or less. I also use it to help draft translation or revision justifications, optimizing time without compromising clarity.

The workflow at WF is very simple: I get a HO mail, I accept or decline based on my availability and do my translations in MemoQ. I also use dictionaries when needed, and research concepts with common search engines.

It really depends on the active projects. MemoQ is the tool we use the most, but it's usually the client deciding on what to use. I also use Wordbee for instances, I personally have to work on it every week, but it's a tool that is rarely used in other projects besides german. The active projects also affect how much I work during the week, since we might get a big project for german that demands extra hours, but then the month later I may have little to do. This can be troublesome if let's say I have 4 active projects that all use different tools. It would of course be better for me to just use 1 for all, but each tool has it's pros and cons for the client, so we adapt for them.

I proofread mostly and seldomly use AI

With Wordfoxes, I used only cat tools (which is the standard for game localization). No AI or MT. I worked on a huge project and they gave us all the means possible to cooperate and ensure the translation was consistent.

6. What impact do you think the absence of AI has on the quality, efficiency, and creativity of the localizations you produce? Could you elaborate with concrete examples?

9 respostas

To me, AI reduces our creative effort. If it's not there, I'll manage to search for context with the usual tools: Internet navigation, queries to the client, etc.

As a game translator, what I do mostly is writing: expressing things through words. I need to conjure the words myself, through several iterations, to make sure I'm writing something that fits its purpose. An AI output would easily poison my well of thoughts (this has been studied quite a bit and there is a decent scientific agreement about it). AI as a tool that helps with spellchecking or finding synonyms does help, but the choice of words has to be mine in the beginning, because it's how an human being decides to express someone's else work in a different cultural and linguistic frame. That's localization.

I haven't done any AI projects for Wordfoxes, but I did such projects for other clients. However, it depends on how the AI/MT engine was configured by the client. If it was not fine-tuned, the AI workflow is useless and even hinders the processes. However, if it was configured, the text output becomes a valid starting point and may make the workflow faster (improves efficiency). However, I don't think it improves quality or creativity (perhaps, even hinders the creative process).

Not only does AI impact your translation skills, it hinders your efficiency as well. In order to obtain professional quality, there are so many changes you need to do while postediting that it's actually faster to just rewrite everything.

The absence of AI mainly affects the speed at which I produce creative translations. On average, I gain about 25 minutes when generating options or refining phrasing.

As for quality, it improves with my continued study of style guides rather than the use of AI. I don't rely on AI to translate medium or long passages; I only use it for short expressions or when brainstorming names.

From my experience, AI is not fully reliable even for small segments. It will introduce inaccuracies and tends to simplify language by reducing adjectives and adverbs, similar to how Word's suggestions currently work. I miss so much the Word revision before the implementation of Copilot.

The absence of AI is a given. I am able to create art, to work at a normal pace and play around with terms and concepts. AI would stunt all that. As for concrete examples, I'm not allowed to give any due to NDAs I signed. Sorry!

I use AI as a tool for research, so there would definitely be an impact. Let's say I want to find a specific translation for an idiomatic expression, before AI I had to search 4 - 5 different websites and then confirm that the meaning of the translation is what I intended. With AI I usually just have to confirm that the meaning is accurate while the research is done by it.

Not a huge impact apart from saving me time to type, the results are the same except the time element

I think that not using AI forces you to find better solutions. AI is still lacking on the creative side and the texts we read every day are becoming all the same. Same structures, same "voice", same use of punctuation. I think that human translation is more creative and has more depth. So overall, a human translated text can offer the players a better experience

7. Do you feel that not using AI represents an advantage, a limitation, or both in your work?

9 respostas

I don't like using it, but I have a client that already uses AIPE jobs, and I have no choice but to take it lest I make less money by the end of the month.

It really depends on what one is trying to achieve. Do I just want to churn out serviceable stuff for mass consuming, with no care for its human qualities? Using AI would make me work faster, no doubt. Do I want to craft words in my language that allows people speaking it to live experiences as close as possible to the one originally intended by the original authors? Then I need to keep practicing my human skills of using words to say stuff, and asking a machine to do in my stead would degrade those skills over time.

I don't use AI per se in my daily work, I only use the AI output provided by the client. I don't think it gives any advantage or limitations.

A CAT tool or a spell checker are helpful. On the other hand, AI only produces a text plagued with mistranslations, inconsistencies, unusable glossary terms, and style platitudes.

It is a limitation. Not using AI means I spend more time on certain tasks that could otherwise be streamlined. I'd like to emphasize that machine learning, especially neural machine translation, can be a valuable addition for translators who want to save time and increase efficiency.

As for LLMs, they are useful as brainstorming tools and often provide interesting suggestions. That said, their outputs can sometimes be so inadequate that they end up sparking creativity—almost as a way to prove that a human can do better.

A limitation in the sense that it's expected by a lot of my clients now. They ask for MTPE which I don't offer because I don't want to blunt my main working tool - ie my brain.
It definitely is an advantage when it comes to giving me room to work on a text that I siphon from within myself, rather than chisel away at a premade, preformulated garble, trying to make it look and sound ok.

I would say that without AI your development in regards to creativity and work in general would probably be better. Meaning, it can be a disadvantage for your personal development. But it can also point out mistakes you would never see by yourself and be a portal to new knowledge and perspectives. So I would say it brings more advantages for your work overall, if used properly.

A limitation in terms of time needed to type

As all tools, AI can help you if used correctly, but its creative output is not very good yet

8. Is there any aspect of this topic that you consider relevant and that has not been addressed?

9 respuestas

No

Thank you!

I think the AI conversation is, ultimately, a conversation about who gets to hold the power of expression, both in our field of labour and in society in general. I could write a loooong answer about this, but I should get back to work :D Thanks for your questions!

I believe the AI workflow stays with us forever, but it should be greatly revised. Currently, AI has become a one-for-all solution with a "human in the loop". But the correct use of the AI (if there is one) must place AI as an "assistant" in to the human, not place the human as an assistant to the AI.

AI slop is also a thing in the localisation business. More and more videogame fans are complaining about

I'm somewhat concerned about a broader decline in audience taste and expectations. There is growing evidence that cultural products are becoming simpler. For example, studies show that song lyrics have become more repetitive, less complex, and more negative over time. There are also indications that musical structures themselves are becoming less complex in mainstream hits (<https://www.nature.com/articles/s41598-024-55742-x>).

While this doesn't necessarily mean culture is "worse," it does suggest a shift toward more accessible, lower-effort consumption patterns.

When we connect this to AI, the risk is amplification. AI systems are trained on existing data and tend to reproduce dominant patterns, which can reinforce simplification and standardization. If the input is already becoming less complex, large-scale AI use may accelerate that trend rather than challenge it.

I think this trend is relevant to localization, as it may influence both client expectations and the level of linguistic quality considered "acceptable."

Nope! Good luck with your MA thesis! <3

What are the issues of using LLMs is a topic that could also be discussed.