



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ESTUDOS DA LÍNGUA INGLESA, SUAS
LITERATURAS E TRADUÇÃO
CURSO DE LETRAS – INGLÊS

FRANCISCO GUSTAVO SILVESTRE DE ARAÚJO

ANÁLISE DA LEGENDAGEM DO FILME CIDADE DE DEUS:
LOCALIZAÇÃO, DOMESTICAÇÃO E ESTRANGEIRIZAÇÃO COMO
ESTRATÉGIAS DE TRADUÇÃO AUDIOVISUAL PARA A LÍNGUA INGLESA

FORTALEZA

2024

FRANCISCO GUSTAVO SILVESTRE DE ARAÚJO

ANÁLISE DA LEGENDAGEM DO FILME CIDADE DE DEUS: LOCALIZAÇÃO,
DOMESTICAÇÃO E ESTRANGEIRIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIAS DE
TRADUÇÃO AUDIOVISUAL PARA A LÍNGUA INGLESA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Letras-Inglês do Centro de Humanidades da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Licenciado em Letras-Inglês.

Orientador: Prof. Dr. Fabio Nunes Assunção

FORTALEZA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- S593a Silvestre de Araújo, Francisco Gustavo.
Análise da legendagem do filme Cidade de Deus : localização, domesticação e estrangeirização como estratégias de tradução audiovisual para a língua inglesa / Francisco Gustavo Silvestre de Araújo. – 2025.
28 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Letras (Inglês), Fortaleza, 2025.
Orientação: Prof. Dr. Fabio Nunes Assunção.
1. Filme. 2. Localização. 3. Estrangeirização. 4. Domesticação. I. Título.

CDD 420

FRANCISCO GUSTAVO SILVESTRE DE ARAÚJO

ANÁLISE DA LEGENDAGEM DO FILME CIDADE DE DEUS: LOCALIZAÇÃO,
DOMESTICAÇÃO E ESTRANGEIRIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIAS DE
TRADUÇÃO AUDIOVISUAL PARA A LÍNGUA INGLESA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Letras-Inglês do Centro de Humanidades da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Licenciado em Letras-Inglês.

Aprovada em: 12/03/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fabio Nunes Assunção (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª. Dra. Diana Costa Fortier Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Patrick de Rezende Ribeiro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me conceder diariamente a dádiva da vida e saúde.

À minha mãe, que sempre fez o melhor por mim e meus irmãos no âmbito estudantil.

Ao orientador, Professor Fábio Nunes Assunção, pela disponibilidade e suporte no processo da pesquisa.

Aos professores que me proporcionaram uma formação de excelência.

Aos professores pareceristas Diana Costa Fortier Silva e Patrick de Rezende Ribeiro.

RESUMO

A pesquisa investiga a ocorrência de domesticação e estrangeirização na tradução de legendas do filme *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles e Kátia Lund, utilizando a teoria de Venuti (1995). O estudo, de caráter documental, analisa trechos do filme que apresentam expressões idiomáticas e gírias brasileiras, comparando as versões originais em português com as legendas em inglês. A análise revela uma tendência à domesticação na tradução para o inglês, com substituição de expressões idiomáticas e gírias por equivalentes mais genéricos, visando facilitar a compreensão do público anglófono, embora isso possa resultar na perda de nuances culturais. A pesquisa conclui que a tradução priorizou a domesticação, adaptando a linguagem para o público anglófono, o que resultou na perda de algumas nuances culturais e da riqueza da linguagem original, contribuindo para a área da tradução audiovisual ao oferecer insights sobre as escolhas tradutórias e seus impactos na interpretação do filme.

Palavras-chave: Filme; Localização; Estrangeirização; Domesticação.

ABSTRACT

This research investigates the occurrence of domestication and foreignization in the subtitling of the film *City of God*, directed by Fernando Meirelles and Kátia Lund, using Lawrence Venuti's theory. This documentary study analyzes excerpts from the film that present idiomatic expressions and Brazilian slang, comparing the original versions in Portuguese with the English subtitles. The analysis reveals a tendency towards domestication in the English translation, with the replacement of idiomatic expressions and slang for more generic equivalents, aiming to facilitate comprehension for the Anglophone audience, although this may result in the loss of cultural nuances. The research concludes that the translation prioritized domestication, adapting the language for the Anglophone audience, which resulted in the loss of some cultural nuances and the richness of the original language, contributing to the field of audiovisual translation by offering insights into translation choices and their impacts on the interpretation of the film.

Keywords: Film; Localization; Foreignization; Domestication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capturas de tela de um iPhone mostrando os sistemas de data de acordo com as regiões EUA (esquerda) e Brasil (direita)	14
Figura 2 – Slogans da Coca-Cola em Português (esquerda) e em Inglês (direita)	15
Figura 3 – Imagens dos posteres promocionais na versão original em Português brasileiro, (esquerda) e na versão traduzida para o Inglês (direita)	19
Figura 4 – Modelo da legendagem do filme “Cidade de Deus”	21

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Trechos específicos a serem analisados	21
Quadro 2 – Fala de Berenice na conversa com Bené	23
Quadro 3 – Trecho da fala de Buscapé para seu irmão Marreco	24
Quadro 4 – Trecho da fala feita pelo narrador	25

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1	Domesticação e estrangeirização	12
2.2	Localização	13
2.3	Tradução audiovisual	16
3	METODOLOGIA	17
3.1	Tipo de Pesquisa	17
3.2	Objeto de Pesquisa	18
3.3	Procedimentos de Pesquisa	19
4	ANÁLISE	21
4.1	Elementos textuais.....	21
4.2	Resultados	24
5	CONCLUSÃO	26
	REFERÊNCIAS.....	28

INTRODUÇÃO

Ao assistir filmes, séries e outras produções audiovisuais, é comum identificarmos elementos que remetem ao país de origem da obra. Essa conexão cultural é frequentemente estabelecida por meio da localização, um processo complexo que vai além da simples tradução de palavras.

Como aponta Munday (2016), a localização envolve a adaptação de referências culturais, expressões idiomáticas, piadas e outros elementos para que façam sentido no contexto da cultura de destino.

Como fundamentação para nossa pesquisa, usaremos a teoria de domesticação e estrangeirização, de Venuti (1995). A Domesticação busca adaptar o texto de origem à cultura do público-alvo, tornando-o mais familiar e acessível. O tradutor, nesse caso, atua como um "mediador cultural", buscando equivalentes na cultura de destino para expressões idiomáticas, referências culturais e outros elementos que possam soar estranhos ou deslocados. A estrangeirização, por outro lado, busca preservar o texto de origem, mantendo elementos culturais e linguísticos que possam ser diferentes ou desconhecidos para o público-alvo. O tradutor, nesse caso, atua como uma “ponte cultural”, buscando apresentar a cultura de origem ao público de destino, sem adaptações excessivas.

Para realizar a análise, utilizaremos trechos do filme *Cidade de Deus*, um filme ambientado, em sua maior parte, nas periferias do Rio de Janeiro e que apresenta muitas expressões idiomáticas e gírias utilizadas nas comunidades. Desse modo, a obra se faz um objeto de estudo propício à pesquisa.

O objetivo geral deste estudo é investigar se há ocorrência de domesticação ou estrangeirização com base nos trechos a serem analisados. Bem como os objetivos específicos: o primeiro é identificar se houve domesticação ou estrangeirização nos referidos trechos, e segundo analisar como a localização foi caracterizada no processo de tradução.

O presente trabalho está organizado em cinco seções. Iniciando com a introdução, mostrando um apanhado geral da pesquisa, seguida da fundamentação teórica, etapa na qual veremos os conceitos de Localização, Domesticação, Estrangeirização e Tradução Audiovisual. A Metodologia irá compor a terceira seção, explanando o tipo de pesquisa e os devidos procedimentos que presentes na elaboração dela. Nas duas últimas seções, veremos a análise e, por fim, a conclusão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, serão apresentadas as teorias que embasam a presente pesquisa. Ela está organizada em três subseções: Conceitos de Domesticação e Estrangeirização, Localização e Tradução Audiovisual.

2.1 Domesticação e estrangeirização

Lawrence Venuti (1995) é uma figura central nos estudos da tradução, especialmente ao abordar os desafios culturais e linguísticos que surgem no processo tradutório. Em sua obra *A invisibilidade do Tradutor*, Venuti retoma os conceitos de domesticação e estrangeirização como estratégias fundamentais.

Domesticação refere-se à adaptação do texto para tornar a tradução mais acessível ao público-alvo, mesmo que isso implique a atenuação de elementos culturais do texto original. No livro *Sejamos Todos Feministas*, da escritora Chimamanda Adichie, a expressão "the man" foi traduzida como "o flanelinha" para se adequar ao contexto cultural brasileiro, onde esse termo é amplamente utilizado para pessoas que auxiliam no estacionamento de carros. A palavra "flanelinha" claramente nos remete a questões sociais e econômicas presentes na rotina urbana do leitor brasileiro, conforme atesta Silva (2017, *apud* Koglin; Morales, 2021).

Estrangeirização preserva traços culturais e linguísticos da língua-fonte, promovendo a "visibilidade" da diferença cultural, mesmo que isso cause certo estranhamento. Essa estratégia de tradução é encontrada no conto de *A Real Durwan*, de Lahiri (1999):

“[...] a rosewood almari and a number of coffer boxes [...]” (LAHIRI, 1999, p. 71).

“[...] uma almari de pau-rosa e uma porção de caixas-cofres” (LAHIRI, 2019, p. 81).

[...] Siqueira trouxe a expressão indiana para a língua portuguesa brasileira, não promovendo, assim, alterações no significante, talvez, aguardando que o leitor compreenda o significado da expressão, apenas, pelo contexto apresentado no conto. Além disso, outro possível motivo para Siqueira manter o estrangeirismo almari, deve-se ao fato de o marcador cultural evidenciar a origem/etnia da personagem, o que suscita no leitor, o conhecimento intrínseco a respeito da cultura retratada no conto.

A decisão tradutória de Siqueira em manter o termo "almari" no texto traduzido reflete uma abordagem que valoriza a preservação cultural e a autenticidade do texto

original. Ao não adaptar o estrangeirismo ao português, o tradutor evita a domesticação e permite que o leitor tenha contato direto com a cultura indiana, elemento essencial da narrativa de Lahiri. Além disso, a manutenção do termo serve como marcador cultural, destacando a origem das personagens e promovendo uma conexão mais rica entre o leitor e a cultura retratada. Essa estratégia confia na capacidade do leitor de compreender o significado pelo contexto e evidencia o compromisso do tradutor com a fidelidade ao original e com o enriquecimento cultural do leitor.

As estratégias de domesticação e estrangeirização propostas por Venuti não se limitam apenas ao campo literário, mas encontram aplicações significativas no âmbito da tradução audiovisual, onde os tradutores enfrentam o desafio de equilibrar a acessibilidade e a autenticidade cultural. No contexto de filmes nacionais, a estrangeirização pode funcionar como uma ferramenta para educar o público internacional sobre as nuances culturais brasileiras. Entretanto, isso pode ser comprometido pela necessidade de tornar o conteúdo compreensível para diferentes públicos. É um dilema que reflete a tensão entre manter a integridade cultural do texto original e a adaptação para mercados globais.

Além disso, Baker (1992) aponta que as escolhas tradutórias são frequentemente moldadas por normas culturais e expectativas do público-alvo, o que reforça a predominância da domesticação em traduções destinadas a audiências amplas. No entanto, a estrangeirização, mesmo sendo uma estratégia menos comum, pode ter um impacto profundo ao desafiar as perspectivas culturais do espectador e fomentar a diversidade cultural no consumo global de mídia.

2.2 Localização

Ao longo dos séculos o conceito de tradução evoluiu significativamente para atender as demandas de uma sociedade cada vez mais interconectada e globalizada. Tradicionalmente, a tradução era vista como a "transferência de significado" de um idioma para outro, focando principalmente na equivalência linguística e semântica (Munday, 2016). Contudo, com o advento da globalização e a expansão das empresas para novos mercados, surgiu uma necessidade crescente de adaptar os conteúdos não apenas linguisticamente, mas também culturalmente, para que fossem bem recebidos pelo público de diferentes países.

Essa adaptação cultural no campo da tradução deu origem ao conceito de Localização. Mais do que uma simples tradução, a localização considera aspectos culturais e contextuais específicos da região de destino, ajustando referências culturais, preferências regionais, formatos de data e hora, entre outros elementos, de forma que o produto ou conteúdo pareça nativo ao público-alvo (Dunne, 2006). Em softwares como Android ou iOS, feriados nacionais, calendários, e formatos de data/hora são ajustados para cada país. Por exemplo: No Brasil, o formato de data é DD/MM/AAAA, enquanto nos EUA é MM/DD/YYYY. Palavras-chave nos menus e mensagens são traduzidas e ajustadas ao uso cotidiano do idioma, como "Print Screen" se tornando "Capturar Tela" em português. Isso é especialmente relevante em áreas como software, websites e marketing digital, onde a experiência do usuário deve parecer natural e autêntica, adaptada às expectativas culturais e estéticas locais:

Figura 1 – Capturas de tela de um iPhone mostrando os sistemas de data de acordo com as regiões EUA (esquerda) e Brasil (direita)



Fonte: elaborado pelo autor

De acordo com Esselink (2000), a padronização global não é suficiente para atender às necessidades regionais, pois os usuários esperam interfaces que ressoem com seus hábitos e práticas locais. Portanto, o ajuste do sistema de data em um software, permite com que o usuário tenha acesso ao formato de acordo com sua região situada, ajustar o formato de data e hora é essencial para que os usuários compreendam as informações de forma intuitiva, evitando mal-entendidos que podem prejudicar a experiência do usuário.

Figura 2 – Slogans da Coca-Cola em Português (esquerda) e em Inglês (direita)



Fonte: Google Images

Nota-se que a Coca-Cola adaptou slogans para diferentes mercados. Na localização para o Brasil, o verbo "abrir" foi conjugado no imperativo ("abra"), uma escolha que reflete o estilo direto e emotivo característico da publicidade em português. A expressão "felicidade" também foi mantida, mas em português, carrega um apelo mais caloroso e emocional, alinhado ao estilo comunicativo brasileiro.

Conforme destaca Esselink (2000), Localização é o processo de adaptação de um produto para uma localidade específica, fazendo ajustes linguísticos e culturais que vão além da tradução literal, de forma a garantir que o conteúdo seja percebido como autêntico pelo público-alvo. Esse processo permite que empresas e criadores de conteúdo comuniquem suas mensagens de maneira eficaz e culturalmente apropriada, promovendo uma experiência mais positiva e imersiva para o usuário. A localização, portanto, é uma prática que vai além da tradução tradicional, adaptando o conteúdo para torná-lo culturalmente apropriado para o público-alvo

No contexto de tradução audiovisual, a localização é frequentemente necessária para traduzir gírias ou expressões idiomáticas que não possuem equivalentes diretos na língua de destino.

No contexto do entretenimento global, a localização transcende a simples adaptação de produtos comerciais, desempenhando um papel crucial na tradução de narrativas culturais complexas. De acordo com Pym (2010), a localização não apenas "adapta" um conteúdo, mas também o "negocia" entre culturas, permitindo que elementos culturais sejam preservados ou transformados conforme o objetivo da comunicação.

Em muitos filmes, a localização entra em cena ao traduzir elementos como gírias locais, metáforas culturais e códigos sociais específicos. O uso de legendas, por exemplo, pode buscar um equilíbrio entre manter a autenticidade do português brasileiro e oferecer uma equivalência funcional em inglês. Essa prática, conforme Dunne (2006), pode envolver a substituição de expressões idiomáticas por equivalentes culturais ou até mesmo a exclusão de elementos considerados irrelevantes ou incompreensíveis ao público-alvo. Assim, a localização atua como uma ponte que conecta as barreiras linguísticas e culturais, mas não sem um custo potencial de perda de significado.

2.3 Tradução audiovisual

A tradução constitui um processo em que um texto em uma língua de partida é (re)expressado com os meios linguísticos disponíveis na língua de chegada (Agost, 1999, *apud* Couto; Silva; Da Silva, 2017). A tradução audiovisual é a tradução destinada ao cinema, à televisão, ao vídeo e à multimídia, de textos audiovisuais – como filmes, séries, documentários –, e é feita em quatro modalidades básicas: a dublagem, a legendagem, as vozes superpostas e, mais raramente, a interpretação simultânea (Couto, Silva, & da Silva, ano, p. 276).

A tradução audiovisual (TAV) é um campo desafiador que exige o equilíbrio entre os elementos verbais e visuais de um texto audiovisual (Díaz-Cintas & Remael, 2007). A TAV compreende modalidades como a legendagem e a dublagem, cada uma com restrições específicas.

Como observam Díaz-Cintas e Remael (2007), a legendagem em particular deve condensar a mensagem enquanto mantém sua integridade semântica e emocional.

A tradução audiovisual também enfrenta desafios impostos por restrições técnicas e estilísticas. Na legendagem, é comum a necessidade de condensação textual para que as legendas sejam legíveis em um curto espaço de tempo. Conforme afirmam Gambier e Gottlieb (2001), essa condensação muitas vezes requer a omissão ou simplificação de elementos linguísticos, o que pode levar à perda de nuances culturais presentes na obra original.

Além disso, Chaume (2012) argumenta que a tradução audiovisual deve levar em conta a relação entre os elementos verbais, visuais e sonoros de uma produção, o que adiciona outra camada de complexidade ao processo.

3 METODOLOGIA

Nesta seção, apresentaremos a obra que será objeto de análise nesta pesquisa, bem como os procedimentos metodológicos adotados. Assim, buscaremos identificar exemplos de domesticação e/ou estrangeirização, com base nas fundamentações de Venuti (1995) em trechos selecionados do filme *Cidade de Deus*.

3.1 Tipo de pesquisa

De acordo com Gil (2017), a pesquisa documental caracteriza-se pela utilização de materiais que ainda não receberam um tratamento analítico detalhado, como filmes, documentos e outras fontes culturais. Nesse sentido, esta pesquisa, de caráter documental, buscará identificar e interpretar estratégias de domesticação e/ou estrangeirização presentes em trechos selecionados do filme *Cidade de Deus*, analisando-os sob a perspectiva teórica da tradução.

A pesquisa documental é utilizada em praticamente todas as ciências sociais e constitui um dos delineamentos mais importantes no campo da História e da Economia. Como delineamento, apresenta muitos pontos de semelhança com a pesquisa bibliográfica, posto que nas duas modalidades utilizam-se dados já existentes. A principal diferença está na natureza das fontes. (...) A modalidade mais comum de documento é a constituída por um texto escrito em papel, mas estão se tornando cada vez mais frequentes os documentos eletrônicos, disponíveis sob os mais diversos formatos. O conceito de documento, por sua vez, é bastante amplo, já que este pode ser constituído por qualquer objeto capaz de comprovar algum fato ou acontecimento. Assim, para um arqueólogo, um fragmento de cerâmica pode ser reconhecido como um importante documento para o estudo da cultura de povos antigos. Incrições em paredes, por sua vez, podem ser consideradas como documentos em pesquisas no campo da comunicação social. Dentre os mais utilizados nas pesquisas estão: 1. documentos institucionais, mantidos em arquivos de empresas, órgãos públicos e outras organizações; 2. documentos pessoais, como cartas e diários; 3. material elaborado para fins de divulgação, como folders, catálogos e convites; 4. documentos jurídicos, como certidões, escrituras, testamentos e inventários; 5. documentos iconográficos, como fotografias, quadros e imagens; e 6. registros estatísticos. (Gil, 2017, p.35)

Como métodos, serão extraídos fragmentos das legendas em Português e Inglês, e então será feita a análise comparando ambas as versões original e traduzida.

3.2 Objeto de pesquisa

Esta pesquisa se concentrará na busca de trechos que apresentem ocorrências de domesticação e estrangeirização no filme *Cidade de Deus*, disponível no serviço de *streaming* Max. A pesquisa seguirá com as definições já apresentadas nos tópicos anteriores. Desse modo, dividiremos o corpus nas partes em Português, idioma original da obra lançado no Brasil, e em inglês, língua na qual as legendas foram traduzidas para o público internacional.

O filme *Cidade de Deus* (2002), dirigido por Fernando Meirelles e Kátia Lund, baseado no romance homônimo de Paulo Lins, publicado em 1997. A obra retrata a ascensão da criminalidade em uma favela carioca durante as décadas de 1960, 1970 e 1980, tendo como pano de fundo a desigualdade social, a violência e as dinâmicas de poder nas comunidades periféricas do Rio de Janeiro.

A narrativa acompanha a vida de Buscapé (Alexandre Rodrigues), um jovem aspirante a fotógrafo que cresce em meio à violência, mas luta para escapar desse destino. Paralelamente, a trama explora o desenvolvimento de figuras como Zé Pequeno (Leandro Firmino) e Bené (Phellipe Haagensen), líderes do tráfico de drogas, e mostra a tensão entre gangues rivais.

O filme ganhou reconhecimento internacional por seu estilo visual dinâmico, realismo cru e atuação impactante, especialmente de um elenco composto majoritariamente por atores iniciantes e moradores de comunidades cariocas. *Cidade de Deus* recebeu diversas indicações e prêmios, incluindo quatro nomeações ao Oscar em 2004, nas categorias de Melhor Direção, Melhor Roteiro Adaptado, Melhor Fotografia e Melhor Edição.

A obra é amplamente estudada não apenas pelo impacto cultural e social que provocou, mas também por sua linguagem cinematográfica inovadora e pelo retrato visceral de um Brasil muitas vezes invisibilizado nas telas internacionais. O filme traz muitas gírias e expressões idiomáticas, algumas até desconhecidas pelos próprios brasileiros, e quando distribuído ao público internacional surge a necessidade da localização.

Figura 3 – Imagens dos pôsteres promocionais na versão original em Português brasileiro (esquerda) e na versão traduzida para o Inglês (direita).



Fonte: IMDB

A Versão em Inglês de Cidade de Deus foi lançada nos Estados Unidos da América, no dia 31 de agosto de 2002, um dia após o seu lançamento no Brasil, o título foi traduzido literalmente de *Cidade de Deus* para *City of God*.

Para a realização desta pesquisa, três recortes de legendas foram escolhidos, sendo das mesmas falas nas duas versões, a original (Brasil) e a traduzida (EUA).

3.3 Procedimentos de pesquisa

Para realizar a análise comparativa, os trechos selecionados foram organizados com suas respectivas minutagens, indicando o momento exato em que cada fala aparece nos idiomas aqui apresentados.

Após a escolha, um quadro foi elaborado para organizar os referidos trechos, para ilustrar as situações em que constam domesticação e/ou estrangeirização.

Quadro 1 – Trechos específicos a serem analisados

Expressão em Português	em Tradução para o Inglês	Minutagem	Análise
Malandro não fala, malandro manda uma letra.	Hoods don't talk, they smooth-talk.	00:22:10	
Só podia, sempre sobra pra mim, eu sou aquele o <i>vacilão</i> .	I knew it. It's always me who forks up for that <i>bum</i> .	00:27:53	
E no <i>cafofo</i> é feita a <i>endolacão</i> .	which is then packaged on the premises.	00:47:25	

Fonte: Elaborado pelo autor

Para a análise dos trechos extraídos da legenda do filme *Cidade de Deus*, compararemos as expressões originais em português com suas respectivas traduções para o inglês. A investigação se baseará na identificação de estratégias de tradução, considerando se houve domesticação ou estrangeirização. O quadro acima apresenta as expressões em português, suas traduções para o inglês:

- Expressão em Português: "E no cafofo é feita a endolacão." Tradução para o Inglês: "which is then packaged on the premises."
- Expressão em Português: "Só podia, sempre sobra pra mim, eu sou aquele o vacilão." Tradução para o Inglês: "I knew it. It's always me who forks up for that bum."
- Expressão em Português: "Malandro não fala, malandro manda uma letra." Tradução para o Inglês: "Hoods don't talk, they smooth-talk."

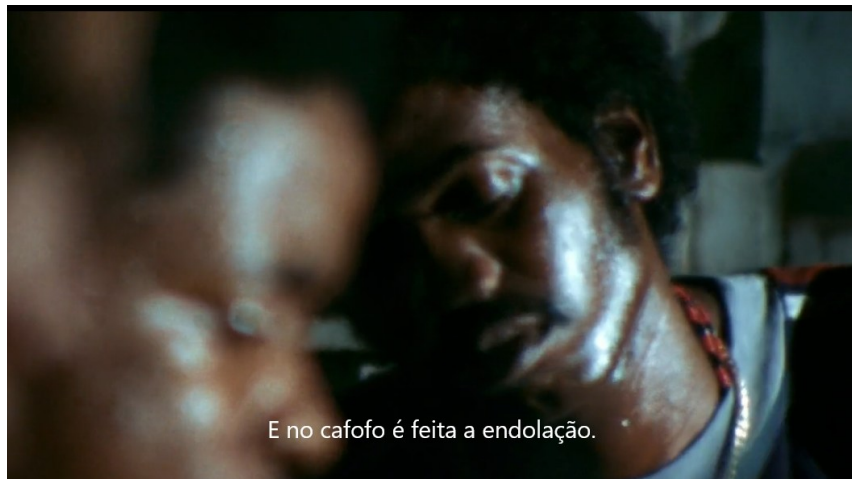
4 ANÁLISE

Esta seção apresentará o filme *Cidade de Deus*, seguido do que foi identificado como estrangeirização e domesticação, de acordo com as partes escolhidas para análise. Ela será organizada em duas subseções, a primeira apresentando os elementos textuais do filme, especificamente as legendas em inglês e em português brasileiro. Já na segunda subseção serão apresentados os resultados das análises, com suas devidas considerações comentadas.

4.1 Elementos textuais

Esta subseção apresentará as ocorrências de domesticação e estrangeirização presentes no filme *Cidade de Deus*. A legendagem é apresentada no filme conforme o modelo ilustrado na imagem a seguir, em ambos os idiomas. Como padrão, na parte inferior.

Figura 4 – Modelo da legendagem do filme “Cidade de Deus”



Fonte: Elaborado pelo autor

A análise se dará a partir dos trechos extraídos, organizadas em quadros, apresentando as legendas em português e inglês, com a devida comparação, essa organização tornará o processo visualmente mais fácil de ser compreendido.

Quadro 2 – Fala de Berenice na conversa com Bené

Texto de partida (Português)	Texto de chegada (Inglês)	Minutagem	Análise
Malandro não fala, malandro manda uma letra.	Hoods don't talk, they smooth-talk.	00:22:10	Domesticação

O diálogo no qual foi extraído o trecho, é a cena onde os personagens Berenice e Bené estão na cozinha, conversando sobre amor. Bené tenta convencer Berenice de que ele realmente a ama, mas em cada fala sua a pretendente refuta com expressões ou ditados, o que faz Bené desistir de tentar conquistá-la com suas falas, chegando até a dizer que não ia gastar mais seu português com ela. No texto de partida foi utilizado “Malandro”, que é um termo específico da cultura brasileira, com conotações complexas de esperteza, malícia e sobrevivência em contextos marginalizados, e "Manda a letra" que é uma expressão idiomática brasileira que significa "dar o recado", "expressar-se com eloquência".

No texto de chegada, ocorreu adaptações, "Malandro" foi substituído por "Hoods", que pode ser traduzido como "comunidades" ou "guetos", é um termo mais geral, utilizado para se referir a áreas urbanas marginalizadas, não carregando as mesmas nuances culturais de "malandro". "Manda a letra" foi substituído por "smooth-talk", que pode ser traduzido como "lábria" ou "conversa fiada" se refere à habilidade de falar de forma persuasiva e cativante, com o objetivo de convencer ou manipular. Embora ambas as expressões se refiram à comunicação, "smooth-talk" tem uma conotação mais negativa do que "mandar a letra", que pode ser vista como uma forma de esperteza ou habilidade de comunicação.

No fragmento analisado, é possível constatar o uso da domesticação no texto de chegada, em inglês, uma vez que expressões foram utilizadas para facilitar e deixar o diálogo mais compreensível para a audiência.

Quadro 3 – Trecho da fala de Buscapé para seu irmão Marreco

Texto de partida (Português)	Texto de chegada (Inglês)	Minutagem	Análise
Só podia, sempre sobra pra mim, eu sou aquele o <i>vacilão</i> .	I knew it. It's always me who forks up for that <i>bum</i> .	00:27:53	Domesticação

O contexto dessa fala se dá na situação em que os irmãos Marreco e Buscapé se encontram, após Marreco fugir da casa devido ao envolvimento com uma mulher casada, cujo marido tentou pegá-lo. Nessa correria, Marreco saiu correndo sem roupas e, ao encontrar Buscapé na rua, insistiu para que ele lhe desse suas roupas para continuar sua fuga pelas ruas. Após diversas negativas de Buscapé, Marreco consegue suas vestimentas, surgindo a deixa apresentada no quadro, “Só podia, sempre sobra pra mim, eu sou aquele o vacilão”. “Só podia” é uma expressão idiomática brasileira que expressa surpresa e frustração diante de uma situação previsível e negativa. “Sempre sobra pra mim” significa que a pessoa sempre arca com as consequências negativas ou com a parte mais difícil de uma situação. “Eu sou aquele o vacilão” é uma expressão que denota autodepreciação e reconhecimento de que a pessoa é vista como alguém que comete erros ou que é facilmente enganado. O significado exato pode variar um pouco dependendo do contexto e da região do Brasil, mas nesse contexto do trecho analisado, vacilão se refere a alguém que é facilmente enganado, que “cai” em golpes ou que toma decisões estúpidas.

Na tradução para o inglês, “Só podia” se tornou “I knew it”, que captura a ideia de previsibilidade, mas não carrega a mesma carga de frustração. “Sempre sobra pra mim” foi traduzida para “It's always me who forks up” (sempre sou eu quem paga a conta) se aproxima do sentido, mas perde a nuance de que a pessoa não apenas paga, mas também sofre as consequências. Já “Eu sou aquele o vacilão”, se tornou “that bum” (esse vagabundo) que é mais agressiva e não carrega o mesmo tom de autodepreciação.

Quadro 4 – Trecho da fala feita pelo narrador

Texto de partida (Português)	Texto de chegada (Inglês)	Minutagem	Análise
E no <i>cafofo</i> é feita a <i>endolação</i> .	which is then packaged on the premises.	00:47:25	Domesticação

Na tradução para o inglês, "Cafofo" se tornou "premises". "Cafofo" é uma gíria brasileira que se refere a um lugar pequeno, humilde e, muitas vezes, improvisado. A palavra carrega consigo conotações de informalidade e, em alguns casos, de marginalidade. "Premises", por outro lado, é um termo formal em inglês que significa "instalações" ou "local". A escolha de "premises" elimina as nuances de informalidade e possível marginalidade presentes em "cafofo", optando por um termo neutro e formal. Já "Endolação" se tornou "packaged". "Endolação" é um termo específico do contexto da produção de drogas, referindo-se ao processo de embalar a droga em pequenas embalagens, geralmente para venda. "Packaged" é um termo genérico que significa "embalado". A tradução perde a especificidade do termo original, diluindo a informação sobre o tipo de embalagem e o contexto em que ela é feita. A tradução para o inglês demonstra domesticação ao substituir elementos culturais específicos do contexto brasileiro (gíria "cafofo" e termo técnico "endolação") por termos genéricos e formais em inglês ("premises" e "packaged"). Essa escolha visa facilitar a compreensão do público anglófono, mas, ao mesmo tempo, elimina nuances importantes sobre o contexto social e cultural da cena.

4.2 Resultados

De acordo com os trechos analisados, foi possível constatar a ocorrência frequente de domesticação na tradução para o inglês. Considerando a temática e os contextos apresentados no filme Cidade de Deus, que traz muitas peculiaridades brasileiras nas expressões idiomáticas, a domesticação foi utilizada para facilitar o entendimento dos sentidos que essas expressões carregam.

Em relação à estrangeirização, os recortes das legendas analisadas não apresentaram essa estratégia em suas traduções, uma vez que não houve ocorrência de expressões em português que tivesse o mesmo sentido na tradução para o inglês.

Essa tendência à domesticação na tradução de "Cidade de Deus" encontra eco nas ideias de Lawrence Venuti (1995) sobre as estratégias de tradução. Venuti discute a dicotomia entre domesticação e estrangeirização como duas abordagens distintas na tradução.

A domesticação, como observado nos trechos analisados, busca adaptar o texto de origem à cultura de destino, tornando-o mais acessível e familiar para o público-alvo. Essa estratégia pode envolver a substituição de expressões idiomáticas e referências culturais específicas por equivalentes mais genéricos ou por adaptações que se ajustem melhor aos padrões culturais da língua de chegada.

A estrangeirização, por outro lado, busca preservar a singularidade do texto de origem, mantendo elementos culturais e linguísticos que são estranhos à cultura de destino. Essa estratégia pode envolver a manutenção de expressões idiomáticas e referências culturais específicas, mesmo que isso exija um esforço maior de compreensão por parte do público-alvo. Venuti (1995) argumenta que a escolha entre domesticação e estrangeirização é influenciada por uma série de fatores, incluindo as normas culturais e as expectativas do público-alvo, as convenções da tradução em diferentes contextos e a visão do tradutor sobre o papel da tradução na mediação entre culturas.

No caso de "Cidade de Deus", a escolha pela domesticação pode ser justificada pela necessidade de tornar o filme acessível a um público amplo, que pode não estar familiarizado com as gírias e expressões idiomáticas brasileiras. Ao adaptar a linguagem do filme para o inglês, os tradutores podem ter buscado garantir que a mensagem e as nuances da história fossem compreendidas pelo público anglófono. No entanto, é importante ressaltar que a domesticação excessiva pode levar à perda de nuances culturais e da especificidade do texto de origem. Ao substituir expressões idiomáticas e referências culturais específicas por equivalentes genéricos, a tradução pode diluir a riqueza da linguagem e a profundidade da representação da cultura brasileira no filme.

5 CONCLUSÃO

O filme *Cidade de Deus* apresentou diversas expressões idiomáticas e gírias utilizadas diariamente, mostrando sua importância em carregar uma variedade de contextos, que ao traduzirmos para o inglês percebemos a diferença nas nuances perdidas em relação ao português, mesmo assim, é notório que o processo de tradução apresentado no decorrer do filme, expressa uma preocupação dos tradutores em facilitar o entendimento do público-alvo, que no caso são os falantes da língua inglesa.

O objetivo da referida pesquisa foi investigar casos de domesticação e estrangeirização nas partes analisadas, as quais foram organizadas em quadros com os trechos apresentados no decorrer da pesquisa. Desse modo, buscou-se identificar se as traduções apresentavam maior tendência à domesticação ou à estrangeirização.

Para atingir um bom alcance e tornar a obra mais acessível, surge a necessidade da utilização de uma variedade de estratégias, como a domesticação, adaptando a linguagem e as referências culturais do filme para torná-lo mais compreensível para o público dos países com o inglês como idioma.

A presente pesquisa, ao analisar trechos do filme "*Cidade de Deus*", evidenciou a complexidade do processo tradutório e a importância da adaptação cultural para o alcance de obras audiovisuais. Através da identificação de estratégias de domesticação, foi possível compreender como a tradução busca facilitar a compreensão do público-alvo, adaptando expressões idiomáticas e referências culturais para o contexto da língua de chegada.

Acreditamos que este estudo contribui para a área da tradução audiovisual, oferecendo *insights* sobre as escolhas tradutórias e seus impactos na interpretação do filme. Ao analisar as estratégias utilizadas para adaptar a obra ao público anglófono, a pesquisa destaca a importância da consideração cultural no processo tradutório, revelando como a linguagem é moldada para atender às expectativas e necessidades de diferentes audiências.

Esperamos que esta pesquisa sirva de inspiração para futuros estudos, incentivando a investigação de outras obras audiovisuais e a análise de diferentes estratégias de tradução. Ao aprofundar a compreensão sobre a relação entre linguagem, cultura e tradução, podemos contribuir para a formação de profissionais mais qualificados e para a promoção do acesso a obras audiovisuais de diferentes origens culturais.

Além disso, esta pesquisa pode despertar o interesse de entusiastas do cinema e da tradução, incentivando-os a questionar as escolhas tradutórias e a refletir sobre o papel da tradução na disseminação de obras culturais. Ao compreender como a linguagem é adaptada para diferentes contextos, podemos apreciar a riqueza e a diversidade do cinema mundial de forma mais crítica e consciente.

REFERÊNCIAS

- AGOST, R. **Traducción y doblaje**: palabras, voces e imágenes. Barcelona: Ariel, 1999.
- BAKER, M. **In other words**: a coursebook on translation. London: Routledge, 1992.
- CHAUME, F. **Audiovisual translation**: dubbing. Manchester: St. Jerome, 2012.
- COUTO, L. R.; SILVA, L. P. N.; DA SILVA, C. G. A tradução audiovisual como prática intercultural. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 17, n. 2, 2017.
- DÍAZ-CINTAS, J.; REMAEL, A. **Audiovisual translation**: subtitling. London: Routledge, 2007.
- DUNNE, K. J. Localization. In: DUNNE, K. J. (ed.). **Perspectives on Localization**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2006. p. 1-13.
- ESSELINK, B. **A practical guide to localization**. Amsterdam: John Benjamins, 2000.
- GAMBIER, Y.; GOTTLIEB, H. **(Multi)Media translation**: concepts, practices, and research. Amsterdam: John Benjamins, 2001.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- KOGLIN, A.; MORALES, K. M. Entre a domesticação e a estrangeirização: análise das estratégias de tradução em "Sejamos todos feministas". **Tradterm**, v. 40, p. 250-275, 2021.
- LAHIRI, J. A real durwan. In: **Interpreter of Maladies**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 1999.
- LAHIRI, J. A real durwan. Tradução de Siqueira. **Revista Igarapé**, 2021.
- MUNDAY, J. **Introducing translation studies**: theories and applications. 4. ed. New York: Routledge, 2016.
- PYM, A. **Exploring translation theories**. London: Routledge, 2010.
- VENUTI, L. **The translator's invisibility**: a history of translation. London: Routledge, 1995.