



Fansub e Scanlation:
*caminhos da cultura pop japonesa de fã para a fã via web*¹

Renata Prado Alves SILVA²
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este artigo pretende analisar a produção e consumo da cultura pop japonesa por seus fãs sob a ótica da convergência midiática e da cultura de participação. Para isso, é tratado brevemente o surgimento dos primeiros mangás e animes no Japão, bem como a importância dos *fansubbers* e *scanlators* para sua disseminação no ocidente, atualmente através da internet em redes colaborativas. Entre a abordagem colaborativa de alguns produtores e a postura proibicionista de outros, é avaliado o papel atual destes fãs, aqui considerados *producers*, junto à mídia tradicional, assim como as transformações possibilitadas pelos avanços tecnológicos.

PALAVRAS-CHAVE: cultura pop japonesa; fãs; multimídia; *producers*; redes colaborativas.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom, na Divisão Temática Comunicação Multimídia, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora – pradorenata@yahoo.com.br.



Introdução

Considera-se cultura de participação (JENKINS, 2006) a interação entre produtores e consumidores através de um novo conjunto de regras ainda pouco compreendido, em constante desenvolvimento e mudança. Na indústria do entretenimento, por exemplo, pode-se dizer que alguns produtores têm conseguido aproveitar a cultura de participação, se apoiando nela em favor de seus interesses comerciais. Muitos outros continuam sem reação às mudanças por ela ocasionadas, ou adotaram uma cultura proibicionista gerada pelo medo de perder o controle sobre os canais de produção e distribuição.

Entre 1980 e 1990 os fãs eram constituídos como audiência de resistência, conhecidos por ativamente se apropriar e transformar a cultura de massa em seus próprios produtos culturais. Apesar de já serem atuantes, os fãs viviam às sombras na cultura de massas e as empresas de mídia viam seus gostos como não-representativos em relação à população em geral (JENKINS, 2008).

No século XXI os fãs estão sendo redefinidos como condutores de uma rica produção dentro da nova economia digital. Sua participação e comprometimento agora são buscados por empresas. Não tardou para a intensificação de diversos conflitos.

...media companies are being forced to reassess the nature of consumer engagement and the value of audience participation in response to a shifting media environment characterized by digitalization and the flow of media across multiple platforms, the further fragmentation and diversification of the media market, and the increased power and capacity of consumers to shape the flow and reception of media content (GREEN; JENKINS, 2008)³.

A economia moral que controlava a velha mídia se quebrou e há conflitos sobre como deverá ser esta nova relação. A economia moral que forma as relações entre produtores e consumidores tem que lidar com expectativas sociais, investimentos emocionais e transações culturais que criam uma compreensão compartilhada entre

³ Tradução do autor: "... as companhias midiáticas estão sendo forçadas a reavaliar a natureza do envolvimento do consumidor e o valor da participação da audiência em resposta a um deslocamento dos ambientes midiáticos caracterizado pela digitalização e pelo fluxo dos meios através das múltiplas plataformas, além da fragmentação e da diversificação do mercado e do aumento do poder e da capacidade dos consumidores em dar forma ao fluxo e à recepção do conteúdo midiático".



todos os participantes dentro da troca econômica. O resultado disso são duas vozes dissonantes sobre o estado atual da cultura: a dos produtores e a dos *producers*.

O termo *producer* (BRUNS, 2008) tenta dar conta de uma realidade em que a palavra produção não é capaz de representar com precisão o contexto atual e introduz um novo conceito:

To overcome the terminological dilemma which faces us as we attempt to examine processes of user-led content creation, we must introduce new terms into the debate. The concept of *produsage* is such a term: it *highlights* that within the communities which engage in the collaborative creation and extension of information and knowledge [...] the role of ‘consumer’ and even that of ‘end user’ have a long disappeared, and the distinctions between producers and users of content have faded into comparative insignificance (BRUNS, 2006, p. 2)⁴.

Consumidores não são mais passivos na era da internet. As Companhias que usam Web 2.0, por exemplo, incorporaram componentes participatórios em seu plano de negócios. Foram da simples criação de fóruns a convites para produção de conteúdo. Muitos serviços online de Web 2.0 construíram seus planos de negócios exclusivamente com base em conteúdo gerado pelos usuários (*YouTube*, *Wikipedia* e muitos outros). Além disso, vemos cooperação entre múltiplas indústrias de mídia, o fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas e a participação ativa dos consumidores para a distribuição do conteúdo midiático: a cultura de convergência.

Entretanto, apesar das mudanças tecnológicas desempenharem papel fundamental nestas transformações, a convergência é um fenômeno ainda mais cultural que tecnológico, como Jenkins afirma em *Convergence Culture* (2006). Trata-se de um processo que encoraja a inteligência coletiva: na sociedade em rede as pessoas geram conhecimento através de comunidades e trabalham juntas para resolver problemas que não poderiam confrontar individualmente. E a capacidade de se trabalhar em conjunto, mesmo à distância, está no coração dos debates sobre os *fansubs* e *scanlations*, objeto de análise deste artigo.

⁴ Tradução do autor: “Para superar o dilema terminológico com o qual nos deparamos ao tentar examinar os processos de criação de conteúdo conduzidos pelo usuário, devemos introduzir novos termos ao debate. O conceito de *produsage* é o termo que destaca aquele que, dentro das comunidades, se engaja na criação e distribuição colaborativa da informação e do conhecimento [...] O papel do ‘consumer’ e mesmo do usuário final desapareceu e as distinções entre produtores e usuários do conteúdo desvaneceram-se na insignificância comparativa”.



Nestas duas manifestações culturais que se desenvolveram paralelamente à internet – e ao seu potencial de produção colaborativa e distribuição de conteúdo sem fronteiras –, encontramos os conflitos e tentativas de conciliação entre produtores e *producers*, uma vez que estes últimos, os fãs, tomaram o controle sobre a produção e distribuição dos animes e mangás através da web.

Animes e mangás

Tanto os mangás quanto os animes são fenômenos de comunicação de massa que já fazem parte do cotidiano de jovens de diversas faixas etárias também no ocidente. Sua origem remonta à Idade Média japonesa. A partir do século XI começou-se a produzir desenhos de origem sacra em rolos de papel. Com o país passando por guerras até o século XV, também eram produzidos cartuns de humor e outros temas, muito populares (LUYTEN, 2003, p.1).

As gravuras em madeira do Período Edo representaram um grande salto para os quadrinhos japoneses, uma vez que estas estavam mais livres da arte tradicional, com as obras do artista Katsuchita Hokusai, que criou 15 volumes, designados *Hokusai Manga*, entre 1814 e 1849. A temática era a vida urbana, com humanos desenhados de forma caricatural.

Com a abertura dos portos do Japão ocorrida na Era Meiji, em 1853, as influências estrangeiras começavam a entrar no país. Os quadrinhos começaram a mudar e a se configurar como os mangás que conhecemos hoje. Um dos fatores decisivos foi a chegada dos jornalistas europeus, que faziam charges políticas nos periódicos daquela época. Uma linguagem única começava a se configurar no Japão. O nome mangá foi adotado posteriormente, e consagrado com o desenhista Rakuten Kitazawa.

Em 1920 foi iniciada a produção de publicações para crianças e, em 1930, já havia uma segmentação nítida de públicos. Durante a Segunda Guerra, a produção de mangás foi praticamente extinta. A liberdade de expressão só era possível através de pequenos livros de capa vermelha, muito baratos, chamados *akai hon*. Eles traziam histórias desenhadas por artistas mal-remunerados. Só não lhes era permitido atacar, no conteúdo dos desenhos, as forças norte-americanas de ocupação. Foi neste período que



apareceu Ozamu Tezuka, que trabalhou com os *akai hon* e recriou a linguagem do mangá. Autor de obras como *Astro Boy* e *A Princesa e o Cavaleiro*, Ozamu Tezuka, junto com outros artistas importantes, deu início à era moderna do mangá, em 1960.

Foi também após a Segunda Guerra Mundial que a produção para adolescentes foi iniciada, assim como a segmentação por sexo. O papel jornal utilizado nas revistas foi a alternativa disponível devido à escassez de recursos, assim como a impressão monocromática, características que se mantiveram.

Atualmente, cada revista contém de 400 a 500 páginas, trazendo diferentes histórias, de diferentes autores, com diferentes durações. Essas publicações são geralmente semanais. Os autores, chamados de mangakás, detêm os direitos de suas histórias e recebem participação pelas vendas de produtos e criação de animes, por exemplo. Cada história é reeditada separadamente em *tanko hon*, livros de bolso mais caros, para coleção, com papel e impressão de melhor qualidade, geralmente publicados bimestralmente.

As editoras japonesas atuam em segmentos de mercado com uma classificação detalhada que engloba temática, faixa etária e gênero. Essa classificação foi extremamente importante para a difusão dos mangás em outros países. As principais categorias hoje são: *Shogaku* (para crianças, normalmente didáticas, com a abordagem de uma grande variedade de temas), *Shoujo* (para adolescentes do sexo feminino, com enredos melodramáticos e romantismo), e *Shonen* (para adolescentes do sexo masculino, com a temática constante dos valores da rigidez moral e força de espírito, com a violência como principal característica). Há produção editorial para todos os públicos, como, por exemplo, para mulheres e homens que já saíram da adolescência, assim como para a terceira idade (LUYTEN, 2003).

Alguns quadrinistas de destaque no ocidente, como, por exemplo, Frank Miller, se inspiraram fortemente na estética dos mangás, divulgando assim os quadrinhos japoneses. Entretanto,

... foram os desenhos animados, os animes, que deram grande difusão ao conhecimento dos mangás, cujas séries penetraram primeiramente pela TV e mais tarde pelo cinema. Foi também a época em que as editoras japonesas e os estúdios de cinema e animação começaram a fazer contratos em grande escala com vários países ocidentais (LUYTEN, 2003, p.7).



No Japão, o mais comum é que um mangá de sucesso dê origem a um anime e, a partir daí, diversos produtos sejam licenciados.

Os animes começaram a entrar no mercado estrangeiro na década de 60, se diferenciando bastante das animações já existentes tanto nas características visuais quanto na narrativa. Já na década de 70, faziam sucesso desenhos como *Speed Racer* e *Astro Boy*.

Apesar de bem aceitos no ocidente, até a década de 80 tanto o mangá quanto o anime não estavam consolidados o suficiente para uma exportação expressiva. Mas em 1994 a indústria japonesa receberia um expressivo investimento que possibilitaria o começo da era moderna da cultura pop japonesa e sua difusão. Foi o *boom* dos animes e mangás no ocidente.

Graças à internet, a popularidade dos *fansubs* (tradução e inserção amadora de legendas em animes) e *scanlations* (escaneamento, tradução e editoração de mangás) cresceu de forma exponencial. A conexão banda larga mudou a forma de distribuição deste material, que passou a trafegar de qualquer lugar para qualquer lugar, de fãs para fãs em todas as partes do mundo.

Portas de entrada para o ocidente

Há pouco mais de uma década, o acesso a animes no ocidente era bastante restrito. Mesmo nos Estados Unidos, poucos títulos eram licenciados, geralmente por empresas de pequeno porte e de capacidade de distribuição limitada.

As a way to popularize anime programs and also to encourage certain titles to be distributed in the USA, and beyond, some anime fans decided to create their own fansubs in the early-90s. At the time, Internet had not as many users as it has nowadays, and these pioneers used to distribute fansubbed anime on videotapes rather than in digital format (CINTAS; SÁNCHEZ, 2006, p. 8)⁵.

⁵ Tradução do autor: “Como forma de popularizar os animes e também incentivar a distribuição de determinados títulos nos EUA e outros países, alguns fãs de animes decidiram criar seus próprios fansubs no começo da década de 90. Até então, a internet não tinha tantos usuários como hoje, e estes pioneiros usavam fitas de vídeo para distribuir os animes legendados pelos *fansubs* em detrimento do formato digital”.



Um *scanlation* é uma tradução do mangá para outra língua, feita por fãs utilizando uma versão escaneada das páginas da revista, na qual as falas em japonês são substituídas. A popularização dos equipamentos utilizados foi fundamental neste caso, assim como o aparecimento dos editores de imagem.

Um *fansub* é a produção de um programa japonês traduzido e legendado por fãs. Trata-se de uma tradição que tem suas raízes na criação dos primeiros clubes de anime nas universidades americanas, a princípio, na década de 80.

Ao fim da década de 80, clubes de estudantes já possuíam um grande volume de material legal e pirata. Já no começo da década de 90, surgiram os *fansubs* como conhecemos hoje, que começavam a traduzir e legendar de forma amadora, sem fins lucrativos e para livre distribuição, os animes japoneses.

Time-synchronized VHS and S-VHS systems allowed fansubbers to dub tapes while retaining accurate alignment of text and image. The high costs of the earliest machines meant that fansubbing would remain a collective effort: Clubs pooled time and resources to ensure their favorite series reached a wider viewership. As costs fell, fansubbing spread outward. Soon clubs were using the Internet to coordinate their activities, divvying up series to subtitle and tapping a broader community for would-be translators (JENKINS, 2008)⁶.

Grandes eventos sobre animes começavam a ser realizados no mundo, principalmente nos Estados Unidos, trazendo artistas e empresas japonesas, estas últimas com uma primeira chance real de bons resultados no mercado americano, que seria a primeira grande porta de entrada para o conteúdo japonês no ocidente.

A disponibilidade do computador pessoal e a internet foram os dois fatores que, já na década de 90, revolucionaram as atividades dos fãs, potencializando o fenômeno por todo o mundo. Atribui-se à atividade dos *fansubs* e *scanlators* a popularização do conteúdo japonês.

The global sales of Japan's animation industry reached an astonishing \$80 billion in 2004, 10 times what they were a decade before. It has

⁶ Tradução do autor: “Os sistemas de sincronização de tempo para VHS e S-VHS permitiram que os *fansubbers* dublassem as fitas ao reter o alinhamento exato do texto e da imagem. Os custos elevados dos equipamentos mais avançados significaram que o *fansubbing* permaneceria um esforço coletivo: os clubes aliavam o tempo e os recursos para assegurar que sua série favorita alcançasse um público amplo. Como os custos caíram, a atividade de *fansubbing* se espalhou. Rapidamente os clubes passaram a usar a internet para coordenar suas atividades, copiar série em DVD, e assim alcançar uma comunidade mais ampla para tradutores em potencial”.



won this worldwide success in part because Japanese media companies paid little attention to the kinds of grassroots activities — call it piracy, unauthorized duplication and circulation, or simply file-sharing — that American media companies seem so determined to shut down. Much of the risk of entering Western markets and many of the costs of experimentation and promotion were borne by dedicated consumers (JENKINS, 2008)⁷.

Os *fansubs* e os *scanlations* são exemplos de produsage. Ambas as manifestações surgiram para atender demandas pessoais e coletivas. Seu papel foi fundamental para a disseminação da cultura pop japonesa no ocidente. Assim, as grandes companhias foram seguindo o rastro da popularidade dos animes e mangás distribuídos pelos *fansubbers* e *scanlators*, demonstrando um grau de tolerância às atividades dos fãs. Uma regra informal imperava para equilibrar a relação entre estes e os detentores dos direitos autorais: assim que um determinado anime ou mangá fosse licenciado, a distribuição dos conteúdos dos *fansubs* era encerrada. Isso porque sua intenção não era lucrar com a distribuição de animes, mas apenas expandir este mercado e distribuir as produções em locais nos quais não haveria outra forma de acesso (JENKINS, 2008). Este foi o início de uma relação entre os produtores e os *producers* que dura até hoje, mas que já começa a sofrer desgaste.

De fãs para fãs

Apesar da afirmação de alguns que versões comerciais de animes legendados sejam consideradas de melhor qualidade em relação aos *fansubs*, tanto tecnicamente quanto comercialmente (CINTAS; SÁNCHEZ, 2006, p. 8), há forte crítica ao resultado final das produções exibidas na TV, por exemplo, no Brasil.

A série *Naruto*, uma das mais populares dentro e fora do Japão atualmente, é exibida no Brasil pelo SBT em um programa infantil desde julho de 2007. As críticas dos fãs vão das dublagens aos cortes feitos para a adequação à faixa etária, reclamação

⁷ Tradução do autor: “As vendas globais da indústria da animação japonesa alcançaram surpreendentes \$80 bilhões em 2004, dez vezes o valor alcançado uma década antes. Esse sucesso mundial em parte foi alcançado porque as companhias japonesas prestaram pouca atenção aos tipos de atividades de base - chamada de pirataria, duplicação e circulação desautorizada, ou simplesmente a compartilhamento de arquivos - que as companhias midiáticas americanas parecem tão determinadas a interromper. Muitos dos riscos relacionados à entrada nos mercados ocidentais e muitos dos custos de experimentação e promoção foram assumidos por consumidores dedicados”.



comum a qualquer anime exibido na TV brasileira, aberta ou fechada. As questões culturais têm um impacto significativo neste sentido. No Brasil, a versão classificada para a faixa etária de 10 anos possui muitos cortes. Na França, com a mesma classificação o anime *Naruto* pode ser exibido de forma integral. No caso da publicação do mangá *Naruto* no Brasil, pela editora Panini, os fãs também têm criticado algumas traduções, assim como censura (também resultado da adequação à classificação). Apesar dos fãs não desejarem um material incompleto em relação ao original japonês (que pode ser encontrado na íntegra em diversos sites de *scanlations*), a série tem alcançado bons resultados no Brasil.

O sucesso do mangá de *Naruto*, publicado pela linha Planet Mangá da editora Panini, rendeu ao título uma nova tiragem, já que a primeira leva encontrava-se em falta devido ao sucesso de vendas do mesmo. Tal fato foi informado pela editora Beth Kodama pela seção de cartas do nono volume, que acaba de chegar às bancas. Ainda segundo a editora, nessa 2ª edição foi feita uma "ampla revisão (corrigindo, inclusive aquelas censuras polêmicas) (ANIMEPRO, 2008)"⁸.

Sobre o sucesso de vendas no Brasil, dois fatores devem ser analisados. Enquanto no Japão o anime e mangá *Naruto* sejam voltados para o público adolescente masculino, no ocidente as produções são voltadas para crianças, um mercado potencialmente mais lucrativo no que diz respeito ao licenciamento de produtos. Esta adaptação ao público desagrade aos fãs, que compram os produtos para coleções, mas continuam acompanhando o trabalho dos *fansubbers* e *scanlators*, mais fiéis ao conteúdo original japonês e sem as restrições de censura encontradas pelas grandes distribuidoras.

Situação parecida com a de *Naruto* pode ser observada em outro anime no Brasil. *One Piece*, outro grande sucesso mundial, é também exibido em um programa infantil no SBT. As cenas mais violentas são cortadas. Um dos personagens, que é fumante compulsivo, aparece com um pirulito na mão durante o tempo todo.

Distribuído pela 4Kids Entertainment, [*One Piece*] teve cortes de cenas com excesso de sangue ou violência, modificações de diálogos, além de censura nas cenas que tinham álcool ou cigarro. Todas as mudanças foram feitas pela própria Toei Animation. A edição de

⁸ Notícia publicada pelo site Anime Pró:
<http://www.animepro.com.br/noticias.php?IdNoticia=5&Data=022008#>, acesso em 20 de dezembro de 2008.



animes, infelizmente, não inclui somente *One Piece*, e outros títulos já vem sofrendo a chamada política da “americanização”⁹.

Considerando que ambas as séries, *Naruto* e *One Piece*, são do gênero *Shonen*, ou seja, para adolescentes do sexo masculino, a tendência é que este público prefira o material distribuído pelos *fansubs*, sem cortes e legendados para que também possam continuar a ouvir as vozes originais dos personagens¹⁰.

Estas limitações dos conteúdos licenciados figuram entre os fatores pelos quais os grupos de *fansubs* e *scanlations* continuarão ganhando terreno mesmo com o licenciamento dos produtos em diversos países. Já é do conhecimento, tanto dos *fansubbers*, quanto dos detentores de *copyright* destas obras, que a livre distribuição dos *fansubs* pode ser extremamente positiva para a promoção das séries.

It would be no exaggeration to state that fansubs are nowadays the most important manifestation of fan translation, having turned into a mass social phenomenon on Internet, as proved by the vast virtual community surrounding then such websites, chat rooms, and forums (CINTAS; SÁNCHEZ, 2006, p.2)¹¹.

Entretanto, atualmente tem crescido a insatisfação das companhias em relação a esta atividade, que agora está sendo vista como prejudicial ao mercado. Essa mudança de atitude deve-se ao aumento da popularidade dos animes em todo o mundo (o que significa que há um grande mercado pronto para receber os produtos licenciados, sem a necessidade de *fansubs* ou *scanlators* para sua promoção), e à venda ilegal do material dos *fansubbers* em alguns lugares, em detrimento do produto licenciado. Além disso, a prática de *fansub* tem se estendido a filmes e crescido exponencialmente em diversos países e línguas. Este desenvolvimento tem colocado os produtores em alerta para o que consideram uma nova instância da pirataria, de difícil controle.

No Japão, a cultura de fãs sempre foi valorizada. Por exemplo, o gigante mercado editorial de mangás daquele país não só autorizava, quanto incentivava (inclusive com patrocínio) a venda de mangás feitos por fãs (*dojinshi*) utilizando os

⁹ Fonte: <http://madeinjapan.uol.com.br/2006/05/03/desenho-animado-one-piece-estreia-em-versao-editada-no-brasil/>, acesso em 20 de dezembro de 2008.

¹⁰ Os dubladores no Japão têm status de ídolos pop, uma vez que a bons dubladores são motivo para que uma série seja acompanhada ou não pelos fãs.

¹¹ Tradução do autor: “Não seria exagero afirmar que os *fansubs* são, atualmente, a manifestação mais importante de tradução feita por fãs, tendo se transformado em um fenômeno social massivo na internet, como atestado pela vasta comunidade virtual que os cerca em websites, salas de chat e fóruns”.



personagens das revistas oficiais, dando liberdade para a criação de histórias sobre eles. O *dojinshi* é um fenômeno massivo no Japão, com feiras que atraem até 150 mil pessoas por dia. Trata-se de um caso de *produsage* incentivado pela própria indústria.

No caso dos grupos que fazem *scanlations* e *fansubs*, as questões comerciais têm falado mais alto e a tolerância vem se reduzindo. Alguns fatores ganham destaque neste contexto, dando ampla vantagem para os *producers*, que se organizaram para a produção colaborativa de materiais de qualidade.

A atividade dos *scanlators* possui uma cadeia de tarefas fixa, com arquivos finais distribuídos para os fãs inicialmente em IRC¹² e posteriormente em sites. A qualidade dos *scanlations*¹³, como são chamados os mangás produzidos por estes fãs, varia de grupo para grupo, assim como a divisão de tarefas. As atividades são basicamente a de conseguir a revista original, desmontá-la e escanear página por página (ou conseguir estes arquivos prontos através de outros grupos); traduzir todos os textos; editar as imagens das páginas, removendo os caracteres japoneses e limpando as marcas de compressão deixadas pelo escaneamento, ou imperfeições do papel; inserir os textos; gerar as imagens finais em resolução adequada; e distribuir o resultado na internet.

Os *fansubs* também atuam em equipe, geralmente com a seguinte divisão de tarefas: *raw-hunter*, tradutor, *timer*, *styler*, *typesetter*, *karaoke-maker*, revisor, *encoder*, *uploader* e *quality checker*. O *raw-hunter* é uma pessoa que procura animes sem legenda para que todos os *fansubs* possam usar. Esse trabalho é comumente feito por uma pessoa que more no Japão e tenha acesso aos episódios originais e DVDs. O tradutor é responsável pela tradução. Esta é considerada a função mais importante na equipe. O *timer* é quem sincroniza as falas com a legenda. O *styler* edita as cores usadas e o estilo de legenda. O *typesetter* faz um trabalho polêmico entre os tradutores, que é a inserção de logotipos e traduções na própria animação. Por exemplo, em letreiros de estabelecimentos comerciais que apareçam no anime, o *typesetter* coloca a tradução abaixo dos caracteres japoneses. O *karaoke-maker* faz os karaokês de abertura, encerramento e algumas vezes dentro do próprio anime, em cenas que tenham música de fundo. O revisor lê todo o script e corrige erros. O *encoder* junta o anime sem legenda (o *raw* fornecido pelo *raw-hunter*) com os scripts, gerando o arquivo final. Dependendo da tecnologia utilizada, para que o trabalho do *encoder* fique satisfatório,

¹² Internet Relay Chat (IRC) é um protocolo de comunicação bastante utilizado na Internet. Ele é utilizado basicamente como bate-papo (chat) e troca de arquivos, permitindo a conversa em grupo ou privada. Fonte: Wikipedia.

¹³ O termo *Scanlation* é originado da junção da palavra *scan* com *translation*.



cada episódio pode levar até 14 horas para ser finalizado, com a utilização de um equipamento potente. O *quality-checker* é responsável por assistir o anime completo em busca de erros, ajudando a corrigi-los. O final da cadeia destes *producers* é o *uploader*, que divulga o resultado final na internet.

Em síntese, podemos dizer que as atividades realizadas pelos grupos de *scanlation* e *fansubs* são trabalhosas. A maioria destes grupos se orgulha do resultado do trabalho desenvolvido, prezando a qualidade final, assim como a agilidade na produção dos mangás e animes que são distribuídos pela internet. Alguns grupos crescem e se destacam tanto que ganham status de corporações, com sites que chegam a ter grande volume de acesso em todo o mundo.

Um bom exemplo é o *Dattebayo Fansub*, que fornece semanalmente episódios legendados de *Naruto* desde 2004, com poucos dias de diferença da exibição na TV japonesa. O site tem milhares de acessos mensais, sendo o mais popular dentre os que fazem *fansubs* desta série.

No dia 21 de dezembro de 2008, o *Dattebayo* anunciou que pararia, definitivamente, de produzir os *fansubs* do anime *Naruto*. A decisão deveu-se ao anúncio da TV japonesa sobre a disponibilização via internet de episódios de *Naruto* legendados em inglês uma hora após a exibição no Japão, como um serviço de assinatura mensal. Após uma semana, os episódios poderão ser assistidos no site gratuitamente. O mesmo modelo de negócios será colocado em prática pela *Viz Media*, empresa que detém os direitos sobre *Naruto* nos Estados Unidos. Em apoio à iniciativa inovadora destas companhias, um primeiro passo para uma competição com os *fansubs*, o *Dattebayo* decidiu não mais distribuir *fansubs* de *Naruto*.

Why did Dattebayo start subbing Naruto? Because we loved it, and because we felt the fans deserved to see a good-quality subtitled version promptly after the Japanese release. And come January, you can do that legally for a small fee, or for free after a week. Viz's subtitling work on the show is respectable, though a little stiff. And sure, it's not the same having a nice AVI that you can watch on your TV or whatnot, but its going to have to do.

If we continued to sub Naruto, it would be a direct affront to Viz, a company that, for the most part, has been pretty amazing to us as fans. Sure, you can say that their dub sucks, or whatever other axe you have to grind, but never once did they ask us to stop subbing Naruto or Bleach, something that is well within their rights and power to do. We have episodes that have gotten almost a million downloads. We've had episodes that have gotten more downloads in their first 24 hours than they had viewers when they showed on Cartoon Network.



I've often asked people I know in the anime industry why they think Viz never asked us to stop, and they say, "Well, Viz isn't really into the whole C&D thing, they just don't do that." That may be true to some extent, but I've always liked to think it was because we had a silent symbiotic relationship. We only did things that helped the popularity of their shows, and they turned a blind eye to us. But like any symbiosis, you have to know when its time to move on. That time has come. Viz and Crunchyroll have gotten their acts together and are trying something new, with one of the most popular shows in anime today. I, and the rest of the staff, know that if we continue to subtitle it, they will have to ask us to stop. [...]
So with that being said, Dattebayo will be dropping Naruto Shippuuden permanently on 1/15/2009, which, interestingly enough, will probably be around episode 91. This is not a joke or a troll. The staff voted in favor of it, and I've notified the international groups (DATTEBAYO, 2009)¹⁴.

Questões éticas como esta sobre o trabalho dos *fansubs* e *scanlators*, bem como sua relação com os produtores e distribuidores dos mangás e animes têm sido levantadas dentro da própria comunidade de fãs.

I guess the ultimate message I'm trying to convey is that no one is entitled to free entertainment, I do see a lot of fans who keep on taking and taking and never give back to the system. Then these fans have the nerve to complain when somebody takes away that free download. So what I'm preaching is that we all need to be a little more humble when it comes to anime, and we should make any effort we can to respect the people trying to make a living doing it. I went to a rather radical extreme of showing my respects when I stopped downloading fansubs. [...] The only "moral" advice I can give to anyone is that if

¹⁴ Comunicado oficial do Dattebayo Fansubs. Fonte: Dattebayo to Drop Naruto Effective 1/15/2009 < <http://dattebayo.com/pr/100> >, acesso em 15 de dezembro de 2008.

Tradução do autor: "Por que Dattebayo começou a legendar Naruto? Porque nós o amamos, e porque nós sentimos que os fãs mereciam uma versão com legendas de boa qualidade disponível rapidamente após a exibição japonesa. E a partir de janeiro, você pode ter isso legalmente por uma taxa pequena, ou de graça após uma semana. O trabalho da Viz é respeitável, embora um pouco inflexível. E, certo, não é o mesmo que ter um (arquivo em formato) AVI que você possa assistir na sua TV ou onde quiser, mas é assim que vai ser. Se nós continuarmos a legendar Naruto, será uma afronta direta a uma companhia que, geralmente, é ótima para com os fãs. Claro, você pode dizer que a dublagem deles é ruim, mas em momento algum a empresa pediu para que parássemos de legendar Naruto, algo que estaria em seu direito e poder. Nós temos episódios que tiveram quase um milhão downloads. Tivemos episódios que tiveram mais downloads em suas primeiras 24 horas do que tiveram expectadores em sua exibição na Cartoon Network. Tenho perguntado frequentemente a pessoas da indústria de anime que conheço por que a Viz nunca nos pediu para parar, e eles dizem: "Bem, ela não quer dominar o C&D inteiro". Mas sempre gostei de pensar que era porque nós tínhamos um relacionamento simbiótico silencioso. Nós fizemos somente coisas que ajudaram a popularização de seus shows e eles fingiram não nos enxergar. Mas como toda o simbiose, é preciso saber a hora de ir adiante. E a hora chegou. A Viz e a Crunchyroll estão tentando algo novo com um dos animes mais populares da atualidade. Eu e resto da equipe sabemos que, se nós continuamos a legendar Naruto, eles terão que pedir para que nós paremos. [...] Desta forma, Dattebayo interrompe a produção de Naruto Shippuuden permanentemente em 1/15/2009, por volta do episódio 91. Este não é um comunicado falso. A equipe do fansub votou em favor desta decisão e eu notifiquei os grupos internacionais".



the show is available in a legal and legit way, then please don't go for the pirated version. Piracy and illegal downloads should only be used as a last resort for anything, and should never be considered as your preferred option (ANIMEALMANAC, 2009)¹⁵.

O crescimento exponencial de grupos de *fansubs* e *scanlations* está se refletindo nas vendas, ocasionando crise no setor de produção de animes e mangás. Uma vez que a mídia tradicional não consegue atender aos fãs de todas as partes do mundo, o material licenciado tem qualidade fortemente questionada por estes, o controle da distribuição do material dos *producers* é extremamente complexo em escala global e diversos grupos de fãs continuam dispostos a dedicar tempo à esta atividade, é possível que caiba à comunidade de fãs a reflexão sobre o assunto, como já vem acontecendo. Ao mesmo tempo, a indústria parece dar os primeiros passos no sentido de criar soluções para atender satisfatoriamente à demanda dos fãs.

Considerações finais

A mudança na forma de se enxergar os fãs – aqui especificamente os da cultura pop japonesa espalhados pelo mundo – é um reflexo da cultura de participação, em que os fãs se transformam em *producers*.

Já é do conhecimento, tanto dos *fansubbers* e *escanlators*, quanto dos detentores de *copyright* dos animes e mangás, que a livre distribuição destes produtos pode ser extremamente positiva para a promoção das séries. Mas a partir do momento em que o mercado se consolida e esta promoção alternativa não é mais necessária, a atividade dos *fansubbers* e *scanlators* vai, na visão dos grandes produtores e distribuidores, se tornando tão prejudicial quanto a pirataria convencional.

¹⁵ Fonte: <http://animealmanac.com/2009/01/07/an-email-about-fansubs-and-morality/>, acesso em 10 de janeiro de 2009.

Tradução do autor: “Creio que a mensagem final que eu estou tentando entregar é que ninguém tem direito a entretenimento livre, e vejo muitos fãs que tiram do sistema e nunca devolvem nada a ele. Então estes fãs têm a coragem para reclamar quando alguém retira um download gratuito. Todos precisamos ser um pouco mais humildes no que diz respeito a animes. Devemos fazer todo o esforço que nós pudermos para respeitar aqueles que ganham a vida na produção deles. Eu fui ao extremo radical ao mostrar meu respeito quando parei de baixar fansubs. [...] O único conselho “moral” que posso dar a qualquer um é que, se o show está disponível de forma legal e legítima, então não procure a versão pirateada. A pirataria e os downloads ilegais devem somente ser usados como último recurso para qualquer coisa, e nunca ser considerados como primeira opção”.



Vivemos um momento em que a lógica comunitária de reutilização e permissão impera, principalmente na internet, sobre a lógica comercial de propriedade e restrição. Com tamanho e diversidade suficientes, a comunidade de fãs atua como um time de profissionais que conhece o público para o qual produzem. Essa comunidade é organizada de forma flexível e permite a fluidez de participação. Não apenas os usuários passam de produtores a consumidores o tempo todo, mas participam o quanto estiverem aptos, dependendo de habilidades, tempo, desejo, interesse e conhecimento.

No caso dos animes e mangás, os consumidores efetivamente tomaram a mídia em suas mãos e retrabalharam seu conteúdo em favor de interesses pessoais e coletivos.

Referências Bibliográficas

ANIMEPRO < <http://www.animepro.com.br/>>

CINTAS, J. D; SÁNCHEZ. Fansubs: audiovisual translation in an amateur environment. In: **The Journal of Specialised Translation**, Issue 6, July, 2006.

Fabien Cazenave, Naruto ou la guerre du téléchargement, 10/01/09, http://www.lexpress.fr/culture/naruto-ou-la-guerre-du-telechargement_730578.html

DATTEBAYO FANSUBS <www.dattebayo.com>

GRAVETTI, P. **Mangá**: como o Japão reinventou os quadrinhos. Conrad, 2006.

GREEN, J; JENKINS, H. **The Moral Economy of Web 2.0**: audience research and convergence culture. 18 de março de 2008. < http://www.henryjenkins.org/2008/03/the_moral_economy_of_web_20_pa.html>, acesso em setembro de 2008.

JENKINS, H. **When Piracy Becomes Promotion**: How unauthorized copying made Japanese animation profitable in the United States. Dezembro de 2006 < <http://reason.com/news/show/116788.html>>, acesso em junho de 2008.



_____. **Worship at the Altar of Convergence: a new paradigm for understanding media change.** In: **Convergence Culture: when old and new media collide.** New York University, 2006. pp. 1-24.

JENKINS, Field Notes from Shanghai: Fansubbing in China. Janeiro 2008.

LUYTEN, S. M. B. **Mangá produzido no Brasil: pioneirismo, experimentação e produção.** In: **INTERCOM**, 2003.

_____. **Cultura Pop Japonesa: Mangá e Anime.** Hedra, 2005.

NAGADO, A. **Almanaque da Cultura Pop Japonesa.** Via Lettera, 2007.

SATO, C. A. **JAPOP: o Poder da Cultura Pop Japonesa.** NSP-HAKKOSHA, 2007.

THE ANIME ALMANAC < <http://animealmanac.com/>>