

O ÍCONE COMO FATOR CENTRAL PARA COMUNIDADES ONLINE

MACIEL FERNANDO POHREN¹; FRANCISCO DOS SANTOS KIELING³

¹Universidade Federal de Pelotas – macielropzort@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – chico.lpdufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do presente trabalho é analisar um nicho específico de pirataria online, o de tradução e distribuição de animes, que é conhecida como *Fansub*¹, esta que se diferencia da pirataria digital “comum” (vide imagens 1 e 2 que exemplificam muito bem a diferença de aproximação com a obra e cuidado). Apresentarei genericamente como funciona este meio, desde funções definidas para cada membro que trabalha com isso e como é feito o processo de “legendagem”, seus problemas como a tradução indireta até o risco de ter seu trabalho retirado do ar pela justiça quando as empresas detentoras dos direitos autorais tomam conhecimento dele.

Além disso, mostro como as comunidades são criadas para disponibilizar uma obra em específico ou um gênero para o público. Geralmente tais processos se dão em circuitos virtuais, sem que se conheçam no mundo real. Estes se juntam e criam laços online, criados por intermédio da obra em que trabalham, podendo virar uma amizade em que se comunicam em outras redes sociais ou em servidores de *softwares* como o Discord² ou por fóruns, tudo através de *nicknames*³ ou mesmo que este laço se rompa quando o projeto for concluído. A partir destes pontos, busco mostrar como ocorre o desenvolvimento de uma comunidade pirata em torno da propriedade intelectual.

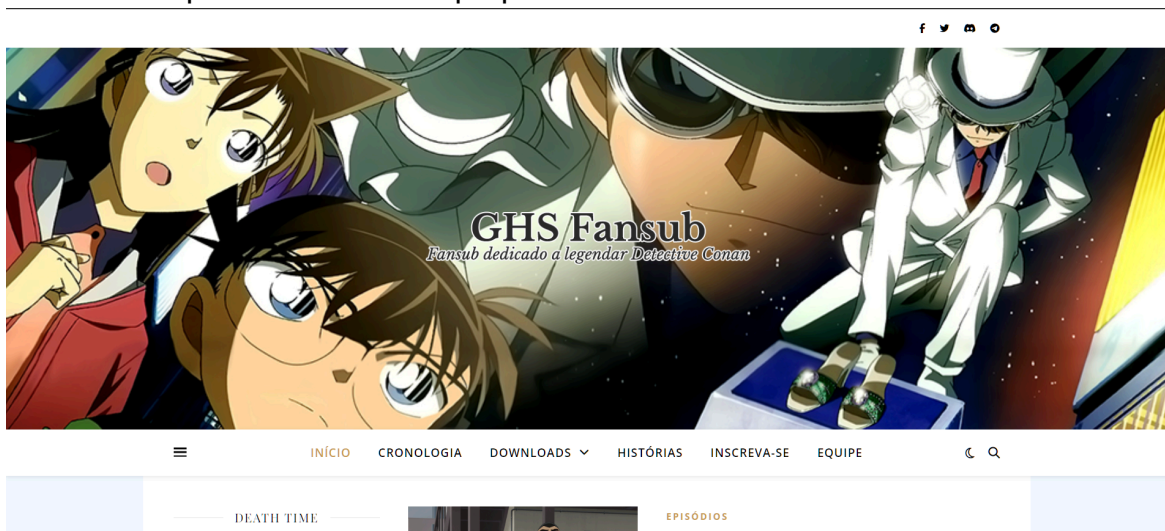


IMAGEM 1: O *fansub* em questão dedicado a um único anime
<https://ghsfansub.top/> acessado 25/09/2024

¹ Uma junção das palavras em inglês *fan* que quer dizer fã e *sub* que vem de *subbing* o verbo para legendar que se tornaria em tradução livre legenda de fãs ou legendado por fãs.

² Um *software* usado para fazer chamadas de voz e/ou vídeo com outras pessoas, similar a um Microsoft Teams, porém, com foco em um público que joga online.

³ São uma espécie de “apelido” que se escolhe para ser seu nome online.

2. METODOLOGIA

No presente trabalho utilizei a Netnografia como ferramenta metodológica, para analisar a comunidade dos “legendadores” de anime. Através da minha observação participante nos ambientes virtuais do meio e de relatos colhidos através de entrevistas fui capaz de identificar e codificar aspectos de interação social da comunidade, estas mediadas pelos produtos que distribuem e consomem de forma ilegal e como este é o pivô de suas relações e a categorização das funções da pirataria como LEÃO e MACHADO (2006) fizeram com a pirataria física e convencional irei transpor isto para o digital. Além disso, aproximo tais práticas ao conceito de Iconomia de Schwartz (2019) que aponta o poder do ícone da propriedade como uma valoração diferente da monetária e muitas vezes mais “valiosa”.

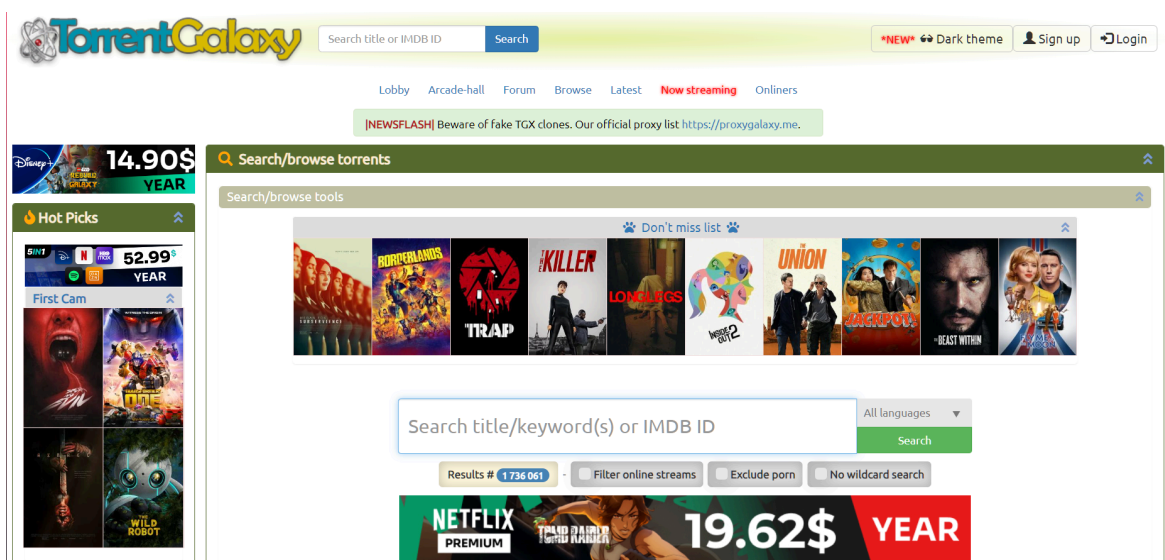


IMAGEM 2: O site

<https://torrentgalaxy.to/torrents.php?cat=46&sort=seeders&order=desc&page=1>
voltado a pirataria “comum”. Acessado em 25/09/2024.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para esse trabalho, a obra em questão é um anime japonês, com capítulos semanais, que deu origem à *Fansub* GHS (God HandS Fansub) cuja comunidade é dedicada a trazer o anime Detective Conan, no ar desde 08 de janeiro de 1996, e que conta com 1136 episódios legendados, além de seus filmes que saem nesse meio tempo e *Spin-offs*⁴.

Como pessoas que se relacionam com a obra com grau ampliado de interesse, capacidade de leitura na língua nativa, normalmente a Língua Inglesa, acesso a computador conectado à internet, os fãs dessa obra identificam na legendagem uma forma de participação de um circuito informal de difusão da obra. Percebem que a dedicação ao processo pode repercutir positivamente para

⁴ Um produto derivado de outro mais importante. Definição em <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/spin-off>

que ela se torne mais famosa no Brasil, ampliando os espaços de discussão sobre ela.

Essa legendagem é feita por pessoas que tenham algum tempo disponível para curtir o gosto pela obra e para fomentá-lo em espaços on-line de discussão. Normalmente são jovens adultos, que têm trabalho remunerado, eventualmente estudam, vivem com suas famílias, e acessam fóruns de discussão sobre a obra e formam espaços para a difusão dessa obra no seu tempo livre. Pela contingência de tempo disponível, os lançamentos das obras legendadas por essa comunidade não acompanham a frequência semanal.

A dinâmica da comunidade on-line faz com que as legendagens se propaguem e o conteúdo junto às postagens de episódios sejam acompanhados de anúncios: (a) solicitando doações para custear as despesas de manutenção do servidor que hospeda o site e, (b) “recrutando” pessoas que queiram aprender o processo de “legendagem” para poderem ajudar no ritmo de lançamento e assim delegar etapas do trabalho a mais gente, pulverizando a carga de trabalho entre eles.

Com a ampliação da equipe de trabalho, essa é dividida em: (1) fornecedores (quem busca o arquivo original do episódio), (2) tradutores, (3) sincronizadores (a pessoa que sincroniza a legenda com o movimento da boca dos personagens e com o áudio), (4) Karaoke Maker (animes contam com aberturas em todo episódio com músicas marcantes, é comum que se tenha um cuidado especial com estas no processo), (5) revisores e (6) o codificador que é a pessoa com o melhor computador do grupo e que juntará todas as partes em um único arquivo que será disponibilizado, me utilizei das nomenclaturas do artigo de Cintas e Sánchez (2022) nele nos mostram uma categorização mais ampla e detalhada, porém, já defasada para os dias de hoje em alguns aspectos e em outros a tecnologia avançou e não se precisa mais pulverizar tanto as funções entre os membros.

Para viabilizar o máximo de agilidade no trabalho, é comum que se organizem escalas de trabalho com a definição do objeto do trabalho e os prazos de entrega. Essa forma de gestão do trabalho é possível em comunidades com uma equipe grande, como a analisada, que contava com 10 membros ativos.

Além desses “membros ativos”, há também os “inativos”, que geralmente ensinaram o processo àqueles que hoje realizam o trabalho. Esses “inativos” continuam consumindo do site e criam laços entre si a partir das discussões, tiram dúvidas, contribuições eventuais para cobrir a escala de alguém, jogos on-line e outros temas que produzem uma maior intimidade entre eles. No caso dessa comunidade, o *Discord* era a plataforma preferencial para esses contatos.

O servidor da *Fansub* conta com aproximadamente 550 pessoas, sendo que nem todas elas estavam ativas na comunidade, e não são fixas, uma vez que há uma rotatividade entre elas, com novos ingressos e saídas regulares.

Mesmo sendo uma comunidade envolvida num ato de pirataria, seus membros desejam que a obra legendada seja lançada por meios oficiais no Brasil. Identificam a qualidade do trabalho, a iconicidade da obra e apontam para vantagens que a oficialização traria, tais como: o potencial aumento da *fanbase*⁵ da obra e do círculo de discussão, ampliando a comunidade envolvida; e a diminuição do risco de responsabilização pela produção do produto pirata, como evidenciado pelo entrevistado que tratou da possibilidade do lançamento legal do

⁵ Traduzindo diretamente, seria a base de fãs de algo, podendo ser utilizado para obras fictícias até times de esporte tradicionais.

produto: “é legalizado sim... Tipo, por mais que seja assim, o fim da *fansub*, mas... vai tá legalizado. A gente não corre mais risco, lembrando que a gente praticamente ainda é pirataria...”. Isso evidencia que nem todo caso de pirataria se faz para ter uma vantagem financeira ou por roubo.

4. CONCLUSÕES

Por meio deste trabalho, identifiquei que tais comunidades e seus meios de formação e difusão de seu trabalho (podendo ser de blogs, sites ou até nas redes sociais comuns) se formam em torno da obra, identificada como ícone.

O conceito de Iconomia Schwartz (2019) relaciona-se com como as empresas e suas marcas operam no digital, enfatizando a importância dos símbolos e ícones na formação da visão do consumidor e na criação de valor. Nos mostram que as marcas se aproveitam das representações digitais para envolver os consumidores, construir fidelidade e influenciar a dinâmica de mercado estrategicamente através do marketing e comunicação. Consequentemente, a Iconomia destaca os detentores de propriedades intelectuais que operam na interação entre o significado cultural e o valor econômico, impactando o seu posicionamento no mercado competitivo moderno que preza pela fidelidade do consumidor acima de tudo.

Através da Iconomia podemos identificar que os *Fansubs* criam valor através do engajamento da comunidade. Eles servem como ícones simbolizadores da paixão e dedicação dos fãs, influenciando padrões de consumo e do mercado de animes como um todo. Tais dinâmicas trazem à tona complexos temas envolvidos neste processo como: propriedade intelectual, acesso à cultura e a natureza colaborativa das economias online.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DÍAZ CINTAS, Jorge; MUÑOZ SÁNCHEZ, Pablo; MOURA, Willian Henrique Cândido. Fansubs: Tradução Audiovisual em um Ambiente Amador. Cadernos de Tradução, [S. l.], v. 42, n. 1, p. 1–26, 2022. DOI: 10.5007/2175-7968.2022.e80264. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/traducao/article/view/80264>. Acesso em: 20 set. 2024.

LEITÃO, Débora e MACHADO, Rosana. O luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil. In: LEITÃO, Débora et al. (Org.). Antropologia e Consumo. Diálogos entre Brasil e Argentina. Porto Alegre: AGE, 2006. [p.23-46]

REBS, R. R. Reflexão Epistemológica da Pesquisa Netnográfica. Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, v. 4, n. 1, p. 74-102, 28 jul. 2011.

SCHWARTZ, G. Iconomia: introdução à crítica digital da economia industrial e financeira. Salvador: EDUFBA, 2019 (Coleção Cibercultura). Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/30949>