
A cultura participativa dos fansubs para disseminação dos doramas pelo ciberespaço.¹

Estefânia SILVA²

Gêsa CAVALCANTI³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

O trabalho ativo dos fãs, potencializado pelo digital, se estabeleceu como um objeto de análise importante para entender determinadas mudanças no mercado de entretenimento. Partindo disso, neste artigo, nosso objetivo é analisar a forma como os fandoms se estabelecem como principais disseminadores dos doramas pelo ciberespaço (LÉVY, 1999). Munidos pelas técnicas e práticas da Cultura participativa (JENKINS, 2013) os fãs de doramas desempenharam papel essencial na expansão desse tipo de conteúdo pela internet. Para essa análise tornaremos como estudo o Viki, uma plataforma digital que disponibiliza ao público doramas gratuitos e pagos legendados pelos próprios fãs desses conteúdos.

Palavras-chaves: Dorama; fandom; fãs; cultura participativa; ciberespaço.

Introdução

Permitir que consumidores interajam com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais – seguindo as próprias regras – é totalmente outra (JENKINS, 2015). Essa citação de Henry Jenkins descreve bem a relação entre os fãs⁴ de doramas, também conhecidos como dorameiros, e a disseminação do produto, bem como, o reflexo disso para os serviços de streamings de vídeos como Netflix, Amazon Prime etc. Já que o trabalho ativo desses fãs mostrou ao mercado uma potencialidade a ser explorada com os doramas.

Os fãs, que são pessoas adeptas ou seguidores de algo ou alguém, tem como principal missão, admirar e amar tudo que seu ídolo produz, dessa forma, eles se tornam

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ05 - Comunicação Multimídia do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda - UFRN, e-mail: estefaniaagapto@outlook.com

³ Orientadora do trabalho. Professora temporária do departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Pós-doutoranda pela Universidade de São Paulo. Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. É pesquisadora da Rede OBITEL-Brasil.

⁴ Deriva do inglês *fanatic*, que equivale ao conceito de fanático na nossa língua.

a base para crescimento midiático dele. Com isso, os fãs acabam adquirindo certo poder sobre quem eles fascinam, podendo gerar assim bons e maus resultados.

Como exemplo disso podemos citar o modo como a Netflix vem adicionando conteúdos asiáticos na plataforma, até mesmo desenvolvendo seus próprios doramas, que é o caso do drama *Pousando no amor*⁵, lançado em 2019, foi um dos primeiros doramas dublados e se tornou um sucesso no streaming, trazendo essa nova visão no investimento desse conteúdo que se deu justamente pela explosão do conhecimento e interesse das pessoas, possibilitado pelas práticas de fãs através dos chamados *fansubs*⁶ com seu intenso trabalho na legendagem de doramas.

Sendo produções dramáticas asiáticas, os doramas surgiram no Japão na década de 1960 e sobre o guarda-chuva “dorama” encontramos uma vasta quantidade de conteúdos dos países da Ásia que seriam análogos às nossas telenovelas. Atraindo seu público por ser um gênero mais voltado às temáticas “clichês”, em seus países de origem, os doramas são reproduzidos um episódio por semana nos televisores, tendendo ao romance e drama nos roteiros, as histórias são comoventes e cativam o público por, normalmente, serem finalizadas sem que os fãs precisem esperar por uma segunda temporada.

Posto isto, no ano de 2020 o Brasil foi considerado o terceiro lugar do mundo com maior audiência dos doramas de acordo com pesquisa realizada pelo Ministério da Cultura citada no portal de notícias O povo⁷. Entendemos aqui que isso se dá devido à cultura participativa potencializada pelo digital, que cria um cenário em que todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência (JENKINS, 2015).

Pensando especialmente nos doramas, as práticas de fãs dos fansubs foram essenciais para divulgar sobre esse conteúdo no período da pandemia. O que chamou atenção das empresas de streaming, estabelecendo uma percepção diferente e a oportunidade de comercializar esse produto lucrando a partir desse novo público que poderiam agradar.

⁵ Drama *Pousando no amor*, dirigido por Lee Jung-Hyo, lançado em 2019.

⁶ Através dos fansubs, os conteúdos asiáticos se dissiparam, feito de fãs para fãs, ou seja, por voluntários que se dispõem a upar esse conteúdo e legendá-lo, esses sites mesmo não sendo legalizados permitem ao público conhecer os doramas de forma gratuita com o único objetivo de atrair mais fãs e tornar esse material ainda mais conhecido.

⁷ Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/vidaarte/2021/08/10/brasil-e-o-3-pais-do-mundo-que-mais-consumiu-doramas-na-pandemia.html>>.

Neste artigo, nos interessa discutir como os doramas entram no Brasil através do trabalho ativo dos fãs nos chamados fansubs. Mapeamos aqui as práticas dos fãs (JENKINS, 1992) e seu papel na disseminação dos doramas no Brasil. Para isso, analisamos uma das maiores plataformas em que os fãs foram essenciais para seu crescimento, o Viki, no qual temos uma estrutura organizacional essencial para crescimento e expansão desse conteúdo asiático. Nosso foco é entender as configurações dessa plataforma, as práticas dos fãs dentro dela e as formas de participação estimuladas nesse contexto participativo.

Fansubs e práticas dos fãs na cultura participativa

Por muito tempo a comunicação de massa esteve concentrada seguindo um modelo em que haviam muitos receptores e poucos emissores. Lembramos que “a comunicação de massa é aquele tipo de comunicação que ocorre entre um emissor e uma multiplicidade de receptores espalhados através de um campo geográfico e social, isto é, receptores sem qualquer conexão entre si”(SANTAELLA, 1992) que recebem o mesmo conteúdo, mesmo que não seja o que eles gostariam de visualizar. No Brasil, por exemplo, por muito tempo emissoras como a TV Tupi, Rede Globo, Manchete e Bandeirantes foram as responsáveis por definir a disponibilidade de conteúdo audiovisual para consumo em quase todo o país. As demandas dos consumidores pesavam pouco para tais conglomerados.

A tecnologia possibilitou que as pessoas pudessem, mais facilmente, estabelecer uma troca de informações e construção de repertórios compartilhados. Essas trocas acontecem através do ciberespaço, uma forma de virtualização informacional em rede que permite que pessoas com os mesmos interesses possam se comunicar apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários (LÉVY, 1999), possibilitando também que conteúdos e produtos de diferentes países começassem a se espalhar ao redor do mundo.

Sendo o ciberespaço um ambiente onde há a interação entre pessoas de todo mundo e que nos coloca em meio a uma cultura da conexão (JENKINS, 2015), nele as práticas de fãs encontram um terreno fértil e foi nesse contexto que os *fansub* se integraram.

As práticas dos fãs no ciberespaço foram essenciais na onda coreana (Hallyu) caracterizada pela exportação de produtos culturais que popularizou e influenciou a cultura sul-coreana dentro da Ásia e fora dela, os K-dramas, ou seja, doramas coreanos foram um dos pioneiros dessa onda e os fãs, que utilizando do ciberespaço formaram *fansubs*, foram cruciais para manter e aumentar essa exportação.

Fansubs, palavra de origem inglesa que é formada pela contração de *fan* com *subtitle* e significa legenda de fãs. O termo é usado para falar do trabalho de criação de legendas no idioma nativo do país do *fansub*, algo fundamental para que o conteúdo coreano estivesse de fato acessível ao público. Os *fansubs* foram os principais responsáveis pela explosão na distribuição dos doramas fora de seus países de origem, tornando acessível o acesso desse conteúdo de forma gratuita por pessoas de todo o mundo. De maneira voluntária, os fansubs compartilham em seus sites, doramas legendados, com o único objetivo de expandir e ajudar a todos no conhecimento e consumo dos doramas.

Esse desejo pelo compartilhamento surge como uma resposta para a forma como essa mídia chegou até cada fã, onde, de acordo com (ADAMS e HAMM, 2001) a “alfabetização midiática pode ser pensada como a habilidade de criar significado pessoal a partir dos símbolos visuais e verbais que adotamos em cada dia seja pela televisão, publicidade, cinema e mídia digital”, assim, eles afirmam que cada indivíduo é responsável pela sua própria interpretação, mas pessoas com a mesma opinião sobre o tema podem se juntar e assim formar os *fandoms*⁸, além disso, através dessa análise da literacia midiática definida por eles acrescentamos que “eles, os consumidores, devem ser pensadores críticos que possam entender e produzir na cultura da mídia que gira em torno deles”, relacionamos assim ao interesse desse público para a produção de legendas como meio de difusão dos doramas.

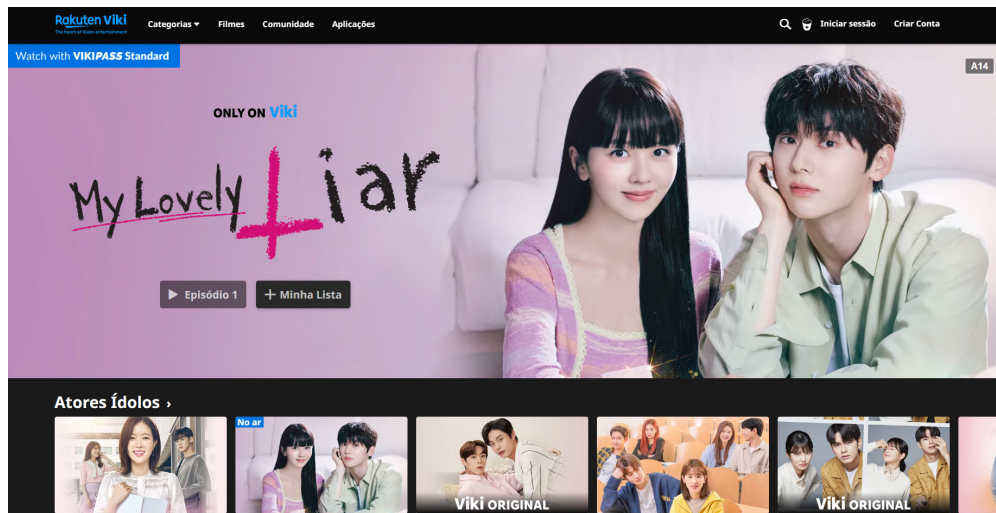
Metodologia e análise

Nesta pesquisa optamos por um método observacional descritivo, que nos interessa analisar plataformas nas quais os fansubs atuam para mapear suas práticas e

⁸ grupo de pessoas que são fãs de determinada coisa em comum, como um seriado de televisão, um música, artista, filme, livro, nesse caso, doramas.

tentar entender os possíveis efeitos do trabalho de fãs na configuração dos doramas no mercado audiovisual brasileiro. Para isso optamos pela plataforma, Viki.

Figura 01 - Página inicial do Viki



Fonte: viki.com/

O Viki, apesar de ser um streaming, utiliza de voluntários que traduz as produções audiovisuais legendando os episódios dos doramas e filmes presentes em seu catálogo, mas apesar de possuir conteúdos gratuitos para seu público, ele também tem os pagos, divididos em planos mensais, nos quais os contribuintes podem pagar para consumi-los ou apenas assistir aos materiais audiovisuais disponíveis gratuitamente.

Por não ser uma plataforma nacional, mas sim feita para o mundo, o Viki não vende seu sistema de legendas, apenas seu conteúdo visual, onde até mesmo produz seus próprios produtos, no caso, filmes, doramas e programas. São os próprios fãs quem se dispõem a legendar os conteúdos gratuitamente, de forma voluntária. Mas, para que esse conteúdo possa ser legendado para cada país, o próprio Viki traduz para o inglês, a língua universal que facilita o processo de legendagem para todos os países.

A estrutura que o Viki possui é muito organizada, dividida em funções e níveis. Nessa dinâmica o usuário interessado pode iniciar como legendador ou segmentador e subir de cargo como moderadores, editores e, por último, diretores que se responsabilizam por equipes, as explicações sobre as funções são apresentadas na tabela a seguir.

Tabela 01 - Cargos e atribuições na dinâmica fansub do Viki

CARGO	ATIVIDADE
Segmentador	Divididos em 2 cargos, Segmentador geral e segmentador chefe, o primeiro, é responsável por cortar os trechos dos vídeos para criar segmentos onde serão inseridas as legendas, já o segundo, é responsável por recrutar, designar e fiscalizar os segmentos realizados pelos seus segmentadores.
Legendador	Cria legendas para o conteúdo audiovisual, traduzindo do inglês para a língua que deseja.
Moderador	Também dividido em 2 cargos, sendo eles, o moderador e o moderador de todas as linguagens. O moderador recruta legendadores, atribui partes de episódios aos legendadores e os auxilia em qualquer dúvida desse processo, quanto aos moderadores de todas as linguagens, notifica quando chegam episódios novos na plataforma e monitoriza os comentários dos vídeos legendados para que não tenham comportamentos inapropriados.
Editor	Os editores são organizados em 4 cargos, o editor de tradução, o geral, o final e o chefe, onde respectivamente eles respondem ao seu superior que vem à frente. O editor de tradução é responsável por realizar a primeira passagem de edição, fazendo pequenas alterações nas legendas colocadas pelos legendadores, após ele, os outros editores fazem novamente avaliações nas legendas, colocando alterações quando necessário.
Diretor	Por último, o diretor, também conhecido como gerente do canal, é o líder da equipe, recrutando, organizando os vídeos legendados e lidando com qualquer problema que aconteça.

Fonte: autora com base nos dados coletados no Viki

Ao se interessar pela legendagem, o candidato, assim como em empresas, passa por treinamento e dependendo do seu desempenho consegue ingressar nessas equipes, que competem entre si e ganham vantagens dentro do streaming de acordo com sua evolução dentro do seu grupo de “trabalho”, como acesso aos conteúdos pagos, emblemas, certificados e até premiações trimestrais ou anuais dentro dessa plataforma. As pessoas que trabalham na estrutura de fansub são chamados de QC (Qualified Contributor), ou seja, contribuidores qualificados.

Figura 02 - Infográfico com recompensas aos QCs

	QC Trainee	Qualified Contributor	Gold QC
Acesso especial a vídeos como Viki Originals	✓	✓	✓
Assinatura gratuita do Viki VikiPASS Conteúdo livre de anúncios, HD e exclusivo		✓	✓
Emblemas impressionantes na página de perfil		✓	✓
Certificado oficial Viki		✓	✓
Oportunidade de ganhar prêmios trimestrais		✓	✓
Qualifique-se para o grande prêmio de fim de ano			✓

Fonte: Viki.com/

Para os fãs de doramas, os “dorameiros”, que desejam fazer parte da equipe do Viki e auxiliar na disseminação dos doramas pelo Brasil, há um tutorial que pode ser seguido para isso. Mas, como primeiro passo, o futuro legendador precisa saber inglês, pois como os doramas são traduzidos pelo streaming apenas para essa língua é essencial que tenham conhecimento dela, tendo isso, ele seguirá os seguintes passos.

Primeiramente, entrará em algum drama que queira traduzir e procurará pela aba “Equipe de legendas”, ao clicá-la, o nome da equipe será identificado e todo o time dela também. Nesse ponto, é preciso achar a moderadora da tradução em português, pois ela será a chave para conseguir autorizar a entrada na equipe, ao encontrá-la terá que enviar um e-mail se apresentando e falando do interesse pela legendagem.

Por ser feita por voluntários, no viki não há regras, cobranças ou limites para os “trabalhos” na plataforma, pois mesmo que possam perder os benefícios caso não estejam conseguindo legendar ou cumprir suas tarefas no ritmo que precisam, os voluntários não são obrigados a seguir nenhuma lista de obrigações com horários e dias, dessa forma, podem haver discrepâncias em algumas situações, como é o caso dos e-mails enviados para um moderador solicitando a sua participação na equipe não ser visualizado e nem respondido. Ou seja, eles, os moderadores, não são obrigados a

responder na hora ou em qualquer momento, sendo assim, para garantir mais chances é necessário que envie outros e-mails pedindo pela aceitação para vários moderadores da língua para a qual deseja traduzir.

Ao mesmo tempo, o interessado na legendagem de doramas também deve entrar na comunidade e realizar todos os processos para se tornar apto à legendagem ou segmentação. Para isso ele entrará no site da plataforma Viki e clicará na palavra comunidade na parte superior da tela principal do site, após isso, aparecerá uma tela com informações sobre as legendas, afirmando que são feitas de fãs para fãs.

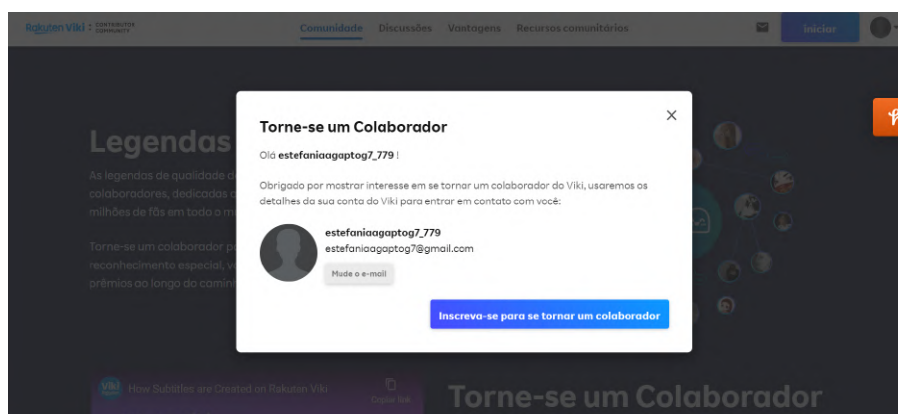
Figura 03 - Tela principal da aba comunidade no site Viki



Fonte: Viki.com/

Ao descer a página irá clicar em iniciar e realizará sua inscrição no streaming, logo após aparecerá uma tela com um botão para se inscrever.

Figura 04 - Tela da inscrição como colaborador



Fonte: Viki.com/

Em seguida, o perfil será analisado pelo Viki e com a aprovação deles se tornará um colaborador, tendo isso acontecido, serão solicitados 3 passos, que se diferenciam ao que ao que ele quer fazer, seja legendar ou segmentar.

Com todos os passos realizados, será instruído a ficar esperando a aprovação na equipe a qual solicitou, justamente pelos e-mails enviados, onde algum dos moderadores poderá aceitá-lo ou negá-lo, visto que eles são minuciosos nessa avaliação, para que os aceites sejam realizados para pessoas que realmente se interessem e sejam qualificados para isso.

Ao ser aceito e se tornar legendador ou segmentador de uma equipe, ele também fará parte de uma organização estrutural, sendo assim, acima dele existirão cargos os quais terá que responder, mas sabendo que há chances de um dia poder estar crescendo dentro dessa equipe também.

Com isso, é notável que os fãs se organizam e tal estrutura não seria possível se não houvesse o interesse deles em expandir e conseguir ainda mais desses conteúdos, os doramas se tornaram objetos de desejo e a partir disso, geraram também organizações no ciberespaço para possibilitar ainda mais a todos o conhecimento dessas telenovelas.

Há um forte investimento da plataforma na manutenção do interesse dos fãs no trabalho de fansub, que vai além do ato de ser fã e interagir com o produto ao qual se nutre afeto sentindo que sua contribuição importa (JENKINS, 2009), há uma cultura de comunidade e senso de compartilhamento de experiências que é estimulado pelo Viki, onde dentro do próprio streaming temos a inserção de vídeos como os do Ninja Segging & Subbbing Academy que foram desenvolvidos por voluntários e ajudam os interessados a ter acesso a um curso gratuito e assim, aprender como legendam e segmentam.

Além disso, como meio para que seus usuários possam dar sua opinião e terem uma melhor relação com outros, o Viki também possui um fórum de discussão, onde os membros da comunidade podem fazer novos amigos, falar sobre programas e atores favoritos, além de darem feedbacks construtivos sobre os produtos fornecidos pelo Viki.

O viki sendo um streaming, utiliza de diferentes elementos para atrair seu público, como meios para que sua plataforma avance, o investimento que fazem é essencial para isso. Dando voz e oportunidades para seu público, o Viki utiliza de estratégias que o diferenciam de outros streamings, com traços parecidos com um fansub, ele vem se

expandindo a cada dia, gerando também assim o aumento do consumo de doramas dentro e fora da plataforma.

Considerações finais

Ao analisar esses espaços, observamos que os fansubs foram essenciais para democratizar o acesso dos conteúdos asiáticos pelo mundo, seja música, filmes e doramas, eles foram difusores e até mesmo proporcionaram a realização de metas talvez inimagináveis para os desenvolvedores desse conteúdo, como é o caso do filme *Parasita*⁹ que foi o primeiro filme coreano a ganhar um Oscar, e não só um como várias premiações nessa cerimônia tão importante.

Essa visibilidade dada aos produtos audiovisuais asiáticos foi notada até mesmo pelos streamings que viram como uma oportunidade o investimento nesse conteúdo em suas plataformas, que hoje já abrange muito desses materiais audiovisuais e até mesmo os produzem.

É notório que os fansubs foram cruciais para tamanha representação dos doramas pelo mundo, visto que, sem a existência dessa tradução, nem mesmo poderíamos ter conhecido tais séries ou abordado essa análise definindo o quão importante foram os fãs para realização dessa disseminação.

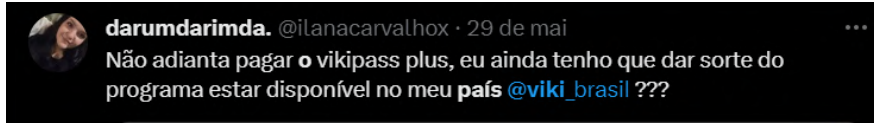
Notamos também que os fãs se organizam, citando as divisões na plataforma do Viki, por exemplo, há uma estrutura organizacional como de uma empresa, que se divide por cargos e funções nos quais cada pessoa pode se beneficiar com suas evoluções e receber vantagens dentro desse streaming.

Essa organização feita de fãs para fãs foi fatídica para tamanho engajamento e gerenciamento na divulgação dos doramas pela internet, se baseando no quanto os fãs podem se empenhar nesse objetivo, é possível perceber que no ciberespaço os fansubs foram essenciais para a o espalhamento da cultura asiática, incluindo os doramas.

Em nossa análise notamos que algo que chateia os usuários desse streaming, sejam eles pagantes ou não, é quanto ao fato que nem todos os conteúdos são liberados para os países, ou seja, internamente o Viki funciona da seguinte maneira, o streaming compra os conteúdos audiovisuais, paga as licenças para os países que acreditam ser os melhores para atrair o público e os outros países ficam sem acesso.

⁹ Filme Parasita, dirigido por Bong Joon Ho, 2019

Figura 05 - Publicação de usuária pagante do Viki sobre indisponibilidade do conteúdo



Fonte: twitter.com/

Dessa forma, essa divisão acaba por incomodar os consumidores que se manifestam nos espaços do próprio Viki. Das demandas dos consumidores notamos que o algoritmo da plataforma analisa os comentários e pedidos dos usuários como um meio para que o streaming entenda que o público quer assistir aquele conteúdo e compre aquela licença, como acontece também em outras plataformas, casos dos dramas que ingressaram no catálogo da Netflix por ter muitos pedidos de fãs para isso, seja através das redes sociais, sites ou e-mails, como no caso do drama Flower of Evil¹⁰, muito pedido pelo público através de posts em redes sociais, como no twitter, que resultou na inserção desse conteúdo no streaming.

¹⁰ Drama Flower of Evil, dirigido por Kim Cheol-kyu, lançado em 2020.

REFERÊNCIAS

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2015.

_____, FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2015.

_____, **Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture**. New York: Routledge, 1992.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

SANTAELLA, L. **A assinatura das coisas: Peirce e a literatura**. Rio De Janeiro (Rj): Imago, 1992.

Wiki. Disponível em: <<https://www.wiki.com/>>. Acesso em: 9 jul. 2023.

ADAMS, D., HAMM, M. **Literacy in a multimedia age**. Norwood, MA: 2001