



## ***Scanlation: Prática midiática de fãs e a circulação de mangás na cibercultura***<sup>1</sup>

Tatiane HIRATA<sup>2</sup>  
Yuji GUSHIKEN<sup>3</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, Mato Grosso

### **Resumo**

Este artigo narra a emergência da prática midiática denominada de *scanlation*, que consiste em digitalizar, traduzir por conta própria e distribuir gratuitamente mangás, as histórias em quadrinhos japonesas. Trata-se de uma prática desenvolvida por grupos de fãs que desenvolvem um processo de consumo subalterno do mangá como item internacionalizado da chamada cultura pop japonesa. O processo de troca de informações entre fãs tem paralelos a cultura participativa abordada por Henry Jenkins. Metodologicamente, a pesquisa é desenvolvida na abordagem maior da comunicação como ciência da cultura, que sugere investigar formações culturais.

**Palavras-chave** : Comunicação; scanlation; mangás; consumo subalterno; cultura participativa.

### **Introdução**

As histórias em quadrinhos japonesas, conhecidas mundialmente como *mangás*, chegaram aos jovens do Ocidente principalmente através dos *animes*, os desenhos animados nipônicos que dão origem a diversos produtos correlatos. Desconhecidos para um grande público fora do território japonês antes da década de 1990, os mangás ganharam espaço entre leitores ocidentais devido ao terreno preparado pelas animações nipônicas, que em sua grande maioria são adaptações das histórias em quadrinhos de sucesso entre os leitores.

[...] A exportação dos desenhos animados japoneses exigia poucas e simples mudanças: novos títulos, dublagem, e talvez edição de cenas de violência para adequação às normas estrangeiras de conteúdo. Essa provou ser uma forma relativamente barata de preencher as grades de programação infantil na TV. Porém as transmissões de animes prepararam o público para o consumo de mangá. (GRAVETT, p.156, 2006)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 - Comunicação Multimídia (DT 5) do XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste (Intercom Centro-Oeste), realizado de 8 a 10 de junho de 2011 na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.

<sup>2</sup> Publicitária e aluna do Programa de Pós-Graduação – Mestrado – em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT), na linha de pesquisa em Comunicação e Mediações Culturais. E-mail: [tatihirata@ymail.com](mailto:tatihirata@ymail.com)

<sup>3</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. E-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br).



Alvos de desconfiança por parte de emissoras devido ao conteúdo considerado “ofensivo e não adequado” ao público infante-juvenil, os animes editados começaram a ser exibidos nas emissoras americanas e europeias nas décadas de 1960 e 1970, logo após o surgimento das primeiras produções japonesas, conquistando admiração entre os telespectadores e abrindo caminho para a busca por materiais derivados, principalmente as revistas em quadrinhos, ainda desconhecidas por parte dos grupos editoriais ocidentais.

Exibições em eventos de ficção científica e clubes para admiradores criaram os primeiros circuitos de fãs que ajudaram as produções audiovisuais a fincar suas bases para além do território japonês. Os leitores não japoneses, no intuito de fazer circular essas produções japonesas entre novos admiradores, gravavam em fitas VHS episódios que muitas vezes sequer eram traduzidos.

Diferentemente das versões animadas, os mangás demoraram a estabelecer seu espaço no mercado exterior, dificuldade causada principalmente pelos conteúdos apresentados nas histórias. Entre os assuntos havia aqueles considerados polêmicos, bem como valores compartilhados apenas pelo público japonês e que supostamente não poderiam ser compreendidos pelos leitores ocidentais, xenofobia e diferenças na diagramação das páginas, feita de maneira inversa ao modo ocidental.

Conforme relata Paul Gravett (p.157, 2006), “o mangá requeria dispendiosas modificações antes de poder ser vendido ao exterior”, fazendo com que editoras ocidentais procurassem atender à demanda dos fãs com produtos genéricos. Nesse cenário, editoras estrangeiras recrutavam seus próprios desenhistas e adaptavam as histórias e personagens para contextos familiares ao público não-japonês, sem pagar os direitos aos autores dos títulos originais.

Porém, devido ao próprio gosto exigente dos leitores e seu conhecimento sobre materiais lançados no Japão, essas revistas genéricas foram deixadas de lado e os artigos genuínos, como mangás no original japonês ou versões licenciadas, passaram a ser desejados pelos aficionados. Nos Estados Unidos, uma das primeiras lojas de vendas de mangás importados diretamente do Japão, criada em 1972, e a edição americana do mangá *Hadashi no Gen*, de Keiji Nakazawa, lançada em 1978, seguiram a trilha aberta pelas primeiras exibições de animes nas emissoras de TV na década de 1960 (PATTEN, p.23-25, 2004)

Após uma entrada lenta no mercado estrangeiro durante a década de 1980, os mangás seguiram na década de 1990 o mesmo fluxo crescente de exportação de outros



produtos japoneses, como os games, músicas e produções audiovisuais – filmes, animes e séries live-action<sup>4</sup>. Já inseridos dentro um contexto internacional, que aderiu ao licenciamento de títulos de sucesso e se entregou às influências de sua estética e narrativa, os mangás passaram a fazer parte de catálogos de editoras nas Américas, Ásia, Europa e Oceania, ganhando força nos anos 2000 com a popularização da internet, possível pela grande oferta de computadores domésticos e de conexões de banda larga, e também pela inserção de novos animes nas grades televisivas.

Graças às facilidades propiciadas pela *World Wide Web*, fãs de qualquer parte do planeta puderam ter notícias e informações mais detalhadas sobre novos títulos de quadrinhos japoneses, reviews sobre enredos e dados sobre autores e editoras, buscando conhecer melhor as histórias que ainda não haviam sido licenciadas para fora do Japão.

Apesar da oferta crescente de títulos licenciados e traduzidos no Ocidente, a demanda dos fãs por séries novas e os pedidos de publicação de histórias que já são de conhecimento dentro do circuito *fandom*<sup>5</sup> excede o que é normalmente ofertado pelos grupos editoriais. Na falta das publicações desejadas, resta aos fãs recorrer a páginas digitalizadas dos títulos ou capítulos que ainda não chegaram às editoras de seus países.

Nesta procura pelo acesso ao material não traduzido oficialmente pelas editoras, os fãs colocam em prática habilidades aprendidas muitas vezes de maneira autodidata, conhecimentos adquiridos mais por hobby e diversão do que pela obrigação de constar em currículos escolares ou profissionais. Utilizando principalmente recursos informáticos e serviços gratuitos ou pagos na internet, esses fãs formam grupos chamados de *scanlators*, especializados na tradução de mangás do japonês para idiomas mais acessíveis ao leitor ocidental, como inglês, espanhol, francês e português. Há também casos em que os grupos, na falta do tradutor de japonês, acabam providenciando seus materiais diretamente das traduções em inglês e espanhol.

### **Scanlation: o fã na produção e distribuição dos mangás**

O *scanlation* é uma prática midiática que consiste em digitalizar, traduzir, editar e distribuir sem qualquer custo via comunidades, blogs ou sites os quadrinhos japoneses chamados de *mangá*. Trata-se de uma atividade caracterizada pela cultura participativa dos fãs que, através da socialidade fomentada pela internet, reúnem-se para formar

---

<sup>4</sup> Séries com atores reais

<sup>5</sup> Abreviatura de “Fan Kingdom”, círculo de pessoas que compartilham os mesmos interesses.



grupos, chamados de *scanlators* (ou *scantrads*), e disseminar entre outros leitores a admiração pelas séries que em grande parte não são publicadas fora do Japão.

É uma prática comum principalmente nos países ocidentais, cujos leitores, na espera impaciente por capítulos e volumes novos de suas histórias favoritas, acabam por atribuir a si mesmos funções semelhantes às encontradas em editoras reais, tais como a de tradutor, revisor, editor e diretores de arte (que no jargão dos grupos são chamados de *cleaners*, *typesetters*, entre outras denominações).

Incentivados por diversos motivos a montar seus próprios grupos, os integrantes expressaram a paixão por animes e mangás como item decisivo para embarcar neste trabalho voluntário, onde prazos e funções são estabelecidos como em uma empresa, de modo que o grupo mantenha um ritmo razoável de lançamentos e mantenha um bom relacionamento com os leitores.

Entre os integrantes pesquisados, o início na atividade *scanlator* se deu principalmente pela falta de tradução de seus mangás preferidos, encontrados em japonês e/ou traduzidos para o inglês ou espanhol. Na falta de uma versão – licenciada ou não - em português, esses integrantes decidiram procurar por arquivos digitalizados dos mangás favoritos e entraram em contato com outros fãs interessados em fazer parte do trabalho colaborativo.

A escassez na oferta e na variedade de títulos licenciados em países como o Brasil, citados pelos pesquisados, ajudaram a propagação da atividade *scanlator*, conforme atesta Hye-Kyung Lee:

[...]It can be argued that scanlation has been driven by two main factors: first, demand exceeding the supply of manga outside Japan; and, second, the availability of digital technologies and the internet, which allow the digitalization of manga and their international distribution through internet chat channels, peer-to-peer file sharing, scanlation distribution websites and websites run by scanlators. (LEE, p.2,2009)

Os grupos adeptos do *scanlation* são formados por um público jovem, composto principalmente por estudantes que utilizam suas habilidades com idiomas ou recursos informáticos no tempo livre disponível para executar funções específicas dentro do *scanlator*. Esse conhecimento que ajuda a gerir o grupo é, conforme relatado pelos próprios praticantes, adquirido em pesquisas e estudos por conta própria, seja através de tutoriais na internet e em instituições de ensino especializado. Os interessados em fazer parte de um *scanlator*, além da admiração pelos mangás e pelo trabalho desempenhado,



buscam também aprimorar suas técnicas e seu conhecimento lidando com objetos de seu agrado.

### **Prática midiática do *scanlation***

A prática do *scanlation* teve início no final da década de 1990 nos EUA e na Europa, através dos primeiros fóruns de internet, como o *Usenet*, no qual os participantes utilizavam a estrutura disponível para disseminar suas traduções amadoras. A atividade ganhou força na década de 2000 com a popularização da internet e o aparecimento de recursos tecnológicos que facilitaram a produção de conteúdo por parte dos leitores.

Os recursos tecnológicos incluem equipamentos para digitalização de imagens, as mídias em constantes transformação tecnológica (CDs e outros dispositivos para armazenamento e transmissão de dados) e ferramentas básicas para criação de sites e blogs gratuitos (que permitem a circulação dos arquivos e o feedback dos leitores).

Acredita-se que as primeiras tentativas de tradução e distribuição não autorizada de mangás já tenham sido feitas antes da prática ser denominada de *scanlation*. Anterior ao surgimento dos primeiros grupos, as traduções e edições não eram feitas e inseridas diretamente nas páginas de mangás digitalizadas. Como ainda não dispunham de equipamentos informáticos como câmeras ou scanners com boa resolução, os fãs recebiam, via e-mail, roteiros traduzidos e acessavam as imagens através de links.

No lugar do *Photoshop*<sup>6</sup>, o aplicativo básico utilizado para fazer o letreiramento em caracteres romanos era o MS Paint, ferramenta gráfica simples disponível em todos os computadores com o sistema operacional Windows, da Microsoft. Naquele tempo, outra alternativa mais acessível aos leitores que não tinham contato ou familiaridade com a informática era a distribuição de fotocópias das páginas dos mangás, como ocorreu na Espanha com o título *Dragon Ball*<sup>7</sup>.

Como ainda não havia interesse de editoras estrangeiras no quadrinho nipônico, as poucas histórias adquiridas pelos leitores eram conseguidas através de contatos com amigos vivendo no Japão, bairros com comércio oriental, convenções de fãs de ficção científica ou importação feita via intermediários.

O suposto primeiro grupo *scanlator* a iniciar suas atividades na internet foi o grupo americano *Mangascans*, que atuava através do programa de conversação

---

<sup>6</sup> Programa de edição de Imagens de propriedade da Adobe.

<sup>7</sup> Mangá para garotos publicado na antologia *Shonen Jump*, da editora Shueisha, entre as décadas de 1980 e 1990.



instantânea IRC<sup>8</sup>, no final da década de 1990. Para entrar em contato uns com os outros, os membros participavam de um canal chamado #mangascans, por onde escoava todo o material relacionado aos mangás traduzidos pelos fãs. Posteriormente, o grupo daria origem a vários outros grupos norte-americanos, ajudando a disseminar a prática *scanlator* em outras regiões do mundo.

Na década de 2000, quando os grupos começaram a se espalhar em comunidades virtuais e sites próprios, a atividade de tradução dos mangás iniciava o caminho pelo qual as séries de *tokusatsu*<sup>9</sup> ou os animes trilharam anteriormente, com a tradução e legendas produzidas pelos próprios fãs. Muitos quadrinhos nipônicos demoraram a chegar de maneira licenciada pelas editoras ocidentais, sendo necessária a intervenção dos fãs e sua relação criativa com os mangás para que outros leitores pudessem ter contato com séries inéditas no Ocidente.

No caso do material audiovisual, a circulação da versão traduzida pelos fãs ficava restrita às exibições para um pequeno número de pessoas e de maneira consentida pelos produtores japoneses, que não viam um futuro acerca da distribuição de suas séries televisivas para os ocidentais.

### **Participação na produção de conteúdo**

A passagem de mangás “retirados” da estrutura pivotante dos volumes palpáveis para leitura em computadores e dispositivos móveis tornou-se possível não apenas pelo aprimoramento das ferramentas informáticas, mas pela mente criativa dos fãs e sua participação mais ativa no que concerne ao conteúdo oferecido pelas editoras ou mercados de mídia.

A facilidade com que as histórias em quadrinhos nipônicas, anteriormente restritas ao público japonês, chegam ao público ocidental por meio da internet faz parte daquilo que Henry Jenkins chama de “convergência” – um processo que incentiva, no caso dos mangás, os leitores individuais a colocar seu conhecimento a favor de uma comunidade de fãs, cada qual contribuindo para criar conteúdos novos com base em apropriações de produtos culturais.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a

---

<sup>8</sup> Abreviatura de Internet Relay Chat. Utilizado principalmente para bate-papo e troca de arquivos entre os usuários.

<sup>9</sup> Séries de TV com atores reais



quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, p.29, 2008)

Com as ferramentas de armazenamento de imagens, montagem de sites ou blogs, ingresso em redes sociais e aquisição de habilidades via tutoriais, os fãs deixaram de ser meros consumidores para ganhar papéis mais relevantes na produção de conteúdo, fazendo circular seus trabalhos ao maior número possível de leitores. Informados sobre os possíveis materiais relacionados aos mangás, os fãs-produtores de conteúdo saem à caça de mais dados sobre suas séries favoritas e repassam aquilo que obtêm para outros, fazendo ampliar o círculo de admiradores das publicações japonesas.

A disponibilidade de arquivos digitalizados de séries de gêneros e temáticas as mais diversas possíveis criou a possibilidade de encontrar grupos *scanlators* especializados em traduzir séries direcionadas para públicos diferenciados, como o feminino jovem ou adulto (*shoujo e josei*), o masculino jovem ou adulto (*shounen e seinen*), o leitor de comédias (*yonkoma*), e o leitor de fanzines japoneses (*doujinshi*). Com esta variedade de oferta, os *scanlators* conseguem suprir nichos que possivelmente não seriam atendidos por alguma editora real, dando ao leitor a possibilidade de escolher o que lhe for mais conveniente.

Os produtos em excesso na cibercultura não são, portanto, homogêneos, padronizados, vinculados a uma lógica mercantil, ao poder totalitário do capital, da publicidade ou do marketing. Eles emergem da potência da emissão livre, da conexão generalizada e da reconfiguração midiática e institucional da cultura, do suprimento a nichos esquecidos e negligenciados pela massificação cultural. Se pensarmos bem, a cultura digital é aquela que me permite o luxo da escolha, o luxo da garimpagem, o luxo do excesso e da profusão de coisas para além do gosto médio. Isso é que faz a riqueza da internet e que permitiria uma expansão do conhecimento e a liberação da palavra na cibercultura. (LÉVY; LEMOS, p. 93, 2010)

Entre séries conhecidas e desconhecidas, os *scanlators* expandiram seus domínios, incomodando os grupos editoriais pela grande popularidade obtida na internet. As intervenções feitas nos mangás digitalizados, tidas como maneiras não previstas e não autorizadas na relação com o conteúdo protegido por direito autoral, provocaram reações contrárias por parte do mercado: em junho de 2010, cerca de 30 editoras americanas e japonesas de mangás uniram-se para contra-atacar os grupos



compostos por fãs, principalmente aqueles que realizavam intervenções em títulos que eram publicados e colocados à disposição dos leitores em sua versão oficial.

Mangás como *Naruto*<sup>10</sup>, *Bleach*<sup>11</sup>, *One Piece*<sup>12</sup>, entre outros, mesmo lançados periodicamente por editoras norte-americanas para venda em lojas virtuais e revistarias, ainda eram encontrados em versão digitalizada e traduzida pelos *scanlators*, sendo distribuídos posteriormente através dos sites agregadores – páginas que reúnem capítulos traduzidos e enviados pelos próprios grupos *scanlators* para leitura online, sem necessidade de download dos arquivos compactados. Com a perseguição, os grupos foram obrigados a retirar de seus catálogos os títulos que já possuíam uma versão licenciada, mantendo os demais títulos à disposição do público.

[...] Cada vez mais, [...] a web tem se tornado um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não previstas de relação com o conteúdo de mídia. Embora a nova cultura participativa tenha raízes em práticas que, no século 20, ocorriam logo abaixo do radar da indústria das mídias, a web empurrou essa camada oculta de atividade cultural para o primeiro plano, obrigando as indústrias a enfrentar as implicações em seus interesses comerciais. Permitir aos consumidores interagir 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, p. 190, 2008)

Nesse cerco contra a atividade dos *scanlators*, algumas das fontes responsáveis pelo fornecimento dos capítulos “brutos” – chamados de *raw* (cru), já que ainda não sofreram nenhuma intervenção além da digitalização das páginas – foram fechados, e dois dos maiores sites agregadores, como *Onemanga*<sup>13</sup> e *1000manga*,<sup>14</sup> tiveram de remover todos os capítulos online, mesmo dos títulos ainda não disponíveis em versão oficial traduzida.

Desprovidos do material que provocava tráfego intenso em suas páginas, os dois sites agregadores mantiveram-se online, mas com fóruns direcionados apenas para discutir resumos de capítulos, indicar links para leitura dos mangás disponíveis por *scanlators* remanescentes, ou unir os fãs em torno de debates sobre outras séries e assuntos afins.

<sup>10</sup> Mangá de autoria de Masashi Kishimoto, publicado no Japão pela antologia Shonen Jump, da Shueisha.

<sup>11</sup> Mangá de autoria de Kubo Tite, publicado no Japão através da antologia Shonen Jump.

<sup>12</sup> Mangá de autoria de Eiichiro Oda, também publicado na antologia Shonen Jump, e um dos maiores sucessos da editora.

<sup>13</sup> Disponível em <http://www.onemanga.com>

<sup>14</sup> Disponível em <http://www.1000manga.com>





Para poder acompanhar a história de determinado mangá removido dos sites agregadores ou e poder debatê-lo nos fóruns, muitos fãs tiveram de recorrer a várias estratégias para não perder o fio da meada: arquivos chineses, resumos do enredo do capítulo em inglês, ou links restritos aos participantes dos próprios fóruns. Há ainda *raws* que foram digitalizadas logo após o lançamento dos capítulos no Japão e transformadas em links para download em blogs, ou capítulos inteiros transformados em vídeos no Youtube, com direito a música de fundo.

Com vários grupos desfeitos ou agindo de forma não tão explícita – entenda-se: distribuindo links de download dos capítulos via fóruns restritos apenas aos membros cadastrados, listas de e-mails ou programas de conversação instantânea – a disponibilidade de scans online ficou reduzida a alguns poucos agregadores resistentes ou pequenos grupos de *scanlators* que oferecem de forma temporária links para capítulos de poucas séries ainda sendo traduzidas. Para não serem repreendidos pela distribuição ilegal, esses grupos remanescentes oferecem por período limitado os capítulos, e indicam aos leitores a possibilidade de comprar a série em sua versão legal.

### **Tradução de materiais produzidos pelos próprios fãs**

Além das séries de mangás, há ainda *scanlators* e agregadores voltados para a tradução e distribuição digital de *doujinshi* – quadrinhos feitos por fãs utilizando geralmente personagens de animes e mangás, com histórias seguindo o caminho do fanfic e da paródia.

Os *doujinshi*, diferentemente dos mangás, são publicados de maneira independente, em tiragem limitada, e são elaborados por círculos de autores, compostos por aspirantes à carreira profissional em editoras de grande porte. Alguns dos atuais *mangakás* (autores de mangás) de sucesso começaram sua carreira parodiando outras séries e outros ainda fazem questão de enveredar pelo *doujinshi* mesmo com o nome consolidado.

Os *doujinshi* são feitos sem autorização dos autores das obras originais, mas podem ser comercializados abertamente dentro do maior mercado de quadrinhos independentes do mundo, o *Comic Market*<sup>15</sup>, realizado duas vezes ao ano em Tóquio. Símbolos da cultura *otaku*, que André Lemos define como “a caricatura mais perversa desta sociedade hiper-informatizada que é o Japão” (LEMOS, 2002, p.235), o *Comic Market* e os *doujinshi* fazem parte de um movimento *underground* que não se opõe ao

---

<sup>15</sup> Conhecido no Japão como Comiket



sistema, mas manipula, subverte e consome ao máximo os produtos correlatos de seus hobbies favoritos.

Ao serem escaneados e traduzidos, os *doujinshi* parecem reforçar o caráter, digamos, “marginal” do conteúdo manipulado pelos fãs: é a tradução e distribuição não autorizada dos scans de uma produção que, por sua vez, também não tem autorização dos autores das narrativas parodiadas para poder circular. Mesmo assim, são expostos livremente no Comic Market, evento por onde passam mais de 500 mil pessoas a cada ano, além de serem vendidos em lojas virtuais.

Um projeto lançado pelo autor Ken Akamatsu, respeitado desenhista de mangás, deu o pontapé para que mangás em japonês e *doujinshi* possam no futuro ser distribuídos digitalmente e gratuitamente para os leitores. Lançado em novembro de 2010, o portal J-Comi <sup>16</sup>lançou todos os volumes do mangá *Love Hina* em formato pdf, sendo que cada volume disponível traz em suas páginas pelo menos seis anúncios publicitários como forma de compensar a gratuidade.

Para serem disponibilizados no formato digital gratuito sem ferir direitos autorais das obras parodiadas, Akamatsu sugeriu que os autores de *doujinshi* pudessem obter a autorização dos autores dos mangás originais e, assim, também poder se defender quando seus trabalhos vão parar na internet sem permissão. Mas diferentemente do que ocorre em países como os EUA, em que a paródia não necessita de autorização prévia dos autores dos originais, o Japão não possui nenhuma legislação que regule a produção de conteúdo por fãs baseados em obras já existentes.

### **Quando o mercado se aproxima da rede**

Aproveitando a habilidade adquirida pelos fãs em tarefas como tradução e edição nos mangás digitais de distribuição não autorizada, grupos editoriais voltados apenas para venda de conteúdo digital passaram a atrair os membros de *scanlators* para fazer parte da indústria de quadrinhos digitais. Um dos primeiros a abrir suas portas para o novo tipo de negócio é o site *Digital Manga Guild*, que iniciou a procura por tradutores e editores com experiência em *scanlation*, um dos requisitos para participar do processo de seleção.

Get industry experience legally by joining our community and revolutionizing the way we make manga! We are looking for groups or individuals who can:

<sup>16</sup> Portal japonês lançado no dia 26 de novembro de 2010. Disponível em <http://www.j-comi.co.jp>



- **Letter** — The ability to typeset and retouch manga pages.
- **Edit** — Must have a strong command of the English language to copyedit/rewrite translations for a smoother read.
- **Translate** — Proficient in reading and writing from Japanese to English or another language.

Digital Manga, Inc., the Japanese publishers, and you (the localizers) will all be paid based on sales. We are all in this together! See your name in the credits, and potentially be a part of greater profit. Join our online open platform community today and bring thousands of manga to fans everywhere.”<sup>17</sup>

Ao agregar esses fãs que faziam ou ainda fazem parte do circuito subalterno de difusão de mangás, os grupos editoriais que se aventuram no ambiente virtual mostram que estão dispostos a “incluir” o rizoma que era formado pelos *scanlators*: no lugar de brigar contra a intervenção dos leitores no processo de tradução, edição e difusão digital, parte da indústria passa a aceitá-los como participantes no processo de manipulação do material licenciado.

Da luta contra o consumo de cópias de quadrinhos digitais não autorizadas, as editoras passam a tentar produzir, nos leitores anteriormente acostumados com os *scans*, o desejo pelo consumo do conteúdo digital pago e oficial, com o apelo de que o trabalho continuará sendo feito pelos antigos membros de *scanlators*.

No lugar da relação mais distanciada com o leitor, inspirada em um modelo arbóreo, hierarquizado, busca-se implementar estratégias que se aproximem do antigo rizoma do *scanlation*, como o ingresso dos fãs como colaboradores e disseminadores desse novo produto. Neste caso do Digital Manga Guide, ocorre mais a oferta de aliança do que a guerra, e mais a adição de novas possibilidades do que a escolha de apenas uma delas.

[...] A árvore é filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo ‘ser’, mas o rizoma tem como tecido a conjunção ‘e...e...e...’ Há nesta conjunção força suficiente para sacudir e desenraizar o verbo ser.” (DELEUZE; GUATTARI, p.37, 1995)

<sup>17</sup> Anúncio da página inicial do projeto Digital Manga Guild – <http://www.digitalmangaguild.com> (acessado em 30 de outubro de 2010). Tradução livre: Tenha experiência no mercado de maneira legal ao se juntar à nossa comunidade e revolucionar o jeito de produzir mangás! Procuramos por grupos ou pessoas que possam: 1. Letreirar – formatar textos e retocar páginas; 2. Editar – Necessário ter um grande domínio do idioma inglês para editar/reescrever traduções para uma leitura mais fluída; 3. Traduzir – Proficiência na leitura e na escrita do idioma japonês para o inglês ou outro idioma. A Digital Manga Inc., as editoras japonesas e você serão pagos de acordo com as vendas. Estamos todos juntos neste projeto! Veja seu nome nos créditos e seja parte de um negócio com grande potencial de lucro. Junte-se a comunidade de nossa plataforma aberta e



O novo empreendimento rompe, de certa maneira, com a característica *cyberpunk* dos *scanlators* que distribuem o material digitalizado de maneira gratuita. Surgida para causar “barulho no sistema”, para pregar a filosofia do “faça você mesmo”, a atitude *cyberpunk* é atenuada quando esses membros se associam ao mercado, ganhando pelo trabalho imaterial executado. No lugar da dádiva concedida gratuitamente pelo fortalecimento da comunidade surge o mangá digital pago, com conteúdo muito mais voltado para o controle dos leitores do que para o compartilhamento de crenças em comum.

Se o caráter ritualístico da comunicação é mais evidente nos grupos *scanlators*, com os trabalhos de tradução feitos de fã para fã sendo utilizados como elemento agregador em uma comunidade, que partilha de forma gratuita os mesmos objetos de adoração, a entrada de grupos editoriais digitais parece afastar o ato de “compartilhar” (já que não são todos os que podem adquirir o conteúdo digital) e a “possessão de uma fé em comum” (nem todos vão aderir ao conceito de venda do trabalho a um grupo editorial).

In a ritual definition, communication is linked to terms such as “sharing”, “participation”, “association”, “fellowship”, and the “possession of a common faith”. This definition exploits the ancient identity and common roots of the terms “commonness”, “communion”, “community”, and “communication”. A ritual view of communication is directed not toward the extension of messages in space but toward the maintenance of society in time; not the act of imparting information but the representation of shared beliefs. (CAREY, p.18, 1992)

### **Considerações finais**

Apesar da vigilância de grupos editoriais e do surgimento de empresas dispostas a agregá-los de maneira legal à produção de conteúdo legalizado, os *scanlators* continuam suas atividades, recrutando novos integrantes e encontrando novas maneiras de burlar os processos de subjetivação do mercado. Mesmo que não contem mais com os títulos já licenciados nas editoras dos países em que atuam, os grupos editam novas séries, cujos arquivos são repassados através de recursos de compartilhamento geridos pelos próprios fãs. Essas estratégias que visam à permanência do grupo e a manutenção de uma alternativa aos produtos lançados pelas editoras dos países onde a prática *scanlator*, em tese, não é permitida, compõem processos de singularização subjetiva que Guattari e Rolink chamam de “revoluções moleculares”.



As rádios livres, a contestação do sistema de representação política, o questionamento da vida cotidiana, as reações de recusa ao trabalho em sua forma atual são vírus contaminando o corpo social em sua relação com o consumo, com a produção, com o lazer, com os meios de comunicação, com a cultura, e por aí afora. São revoluções moleculares criando mutações na subjetividade consciente e inconsciente dos indivíduos e dos grupos sociais. (GUATTARI; ROLNIK, p. 55, 2010)

Essas tentativas constantes para escapar do usual, de não se conformar com o que é oferecido pelas editoras encontram espaço em ferramentas abundantes na internet, onde até sites de vídeos como Youtube servem para oferecer uma prévia dos capítulos lançados e digitalizados pelos fãs. Redes sociais, plataformas de compartilhamento de arquivo, blogs, fóruns encontram outras funções nas mãos dos fãs criativos, que subvertem as principais finalidades desses recursos para espalhar ainda mais sua paixão entre outros leitores ao redor do mundo.

## Referências

- BARRAL, Etienne. **Otaku – Os filhos do Virtual**. 1ª Ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.
- CAREY, James. **Communication as Culture – Essays on Media and Society**. Nova York: Routledge, 1992.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede- A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. v.1. 6ª Ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia**. v.1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.
- GUATTARI, Felix; ROLNIK, Sueli. **Micropolíticas . Cartografias do Desejo**. 10ª Ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2ª Ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- LEE, Hye-Kyung. Between fan culture and copyright infringement: manga scanlation. **Media Culture Society**, Thousand Oaks, California, v.31, n.6, p.1-13, novembro, 2009.
- LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LÉVY, Pierre; LEMOS, André. **O futuro da internet – Em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.



LIMA, Venício Artur de. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

LUYTEN, Sonia Bibe (org). **Cultura Pop Japonesa- Mangá e Animê**. São Paulo: Hedra, 2005.

\_\_\_\_\_. **Mangá – o poder dos quadrinhos japoneses**. 2.ed. São Paulo: Hedra, 2000

PATTEN, Fred. **Watching Anime, Reading Manga – 25 years of Essays and Reviews**. Califórnia: Stone Bridge Press, 2004.

### **Webgrafia**

**Negima's Akamatsu Wants to Put Dōjinshi on Manga Site**. Anime News Network. Disponível em < <http://www.animenewsnetwork.com/news/2010-11-25/negima-akamatsu-wants-to-put-dojinshi-on-manga-site> >. Acesso em 29 de novembro de 2010.

**Digital Manga Guild**. Disponível em <<http://www.digitalmangaguild.com>>. Acesso em 30 de outubro de 2010.

**Inside Scanlation**. Disponível em <<http://www.insidescanlation.com>>. Acesso em 23 de novembro de 2010.

**J-Comi**. Disponível em < <http://www.j-comi.jp> >. Acesso em 26 de novembro de 2010.