

Scanlation: reprodução e consumo subalterno de mangá na cibercultura



Tatiane Hirata

*Mestranda na pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT e integrante do Núcleo de Estudos Contemporâneos (NEC) da UFMT
E-mail: tatihirata@ymail.com*

Yuji Gushiken

*Doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ)
Professor do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT e líder do NEC-UFMT
E-mail: yug@uol.com.br*

Resumo: Este artigo discute a prática midiática conhecida no campo da cibercultura como *scanlation*, que consiste em digitalizar, traduzir, editar e distribuir gratuitamente as histórias em quadrinhos japonesas, chamadas de mangá. O *scanlation* remete a uma releitura contemporânea de um sistema de dádivas, através do qual os objetos da indústria criativa japonesa são apropriados, reproduzidos e redistribuídos em circuitos subalternos de consumo.

Palavras-chave: *Comunicação, scanlation, mangá, cibercultura, consumo subalterno.*

Scanlation: reproducción y consumo subalterno de manga en la cibercultura

Resumen: Este artículo discute la emergencia de la práctica mediática conocida como *scanlation*, que consiste en la digitalización, traducción, edición y distribución gratuita de las historietas cómicas japonesas, conocidas como mangá. El *scanlation* remite a lectura contemporánea de un sistema de dádiva, a través del cual los objetos de la industria creativa japonesa son apropiados, reproducidos y redistribuidos en circuitos subalternos de consumo.

Palabras clave: *Comunicación, scanlation, manga, cibercultura, consumo subalterno.*

Scanlation: reproduction and subaltern consumption of manga in cyberculture

Abstract: This article discusses the media practice known in the field of cyberculture as *scanlation*, a process of scanning, translating, editing and free distribution over the internet of Japanese comics, called manga. *Scanlation* refers to a contemporary revisiting of gift economy, through which the Japanese creative industry products has been used, reproduced and redistributed in subaltern circuits of consumption.

Keywords: *Communication, scanlation, manga, cyberculture, subaltern consumption.*

Introdução

Neste artigo, analisa-se o fenômeno sociotécnico e midiático da prática social denominada *scanlation*: a reprodução digitalizada e ilegal de mangás (quadrinhos japoneses) levada a cabo por fãs em circuitos de sociabilidade na cibercultura. Adota-se, portanto, a abordagem metodológica que inclui o modelo de estudos da comunicação como ciência da cultura (Lima, 2001). A partir do campo da comunicação (Weber; Bentz; Hohfeldt, 2002), este artigo dialoga, no modelo escolhido, com as ciências sociais, em especial a antropologia, tendo como foco a atualização do sistema de dádiva (Mauss) no capitalismo contemporâneo. No plano metodológico, opta-se por uma análise histórica, suplementada por observação participante hoje aplicada às práticas da cibercultura (Lemos, 2010), com apoio de uma bibliografia já produzida sobre mangá como produto cultural e comunica-

cional (Luyten, 2000; 2005). As categorias de análise incluem instituições (mercado internacional de mangás) e formações culturais (*scanlation* como prática midiática). Comunicação, nessa abordagem adotada, define-se como: “processo simbólico através do qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada”. (Lima, 2001)

Uma das soluções para que leitores de outros países tivessem acesso às revistas em quadrinhos japonesas foi montar circuitos de distribuição de cópias clandestinas

As histórias em quadrinhos japonesas, conhecidas como mangás, são consumidas em escala global na versão impressa. Elas são encontradas facilmente à venda em livrarias físicas e *online*, lojas especializadas e bancas de jornal. O mangá, item da cultura pop japonesa, é um dos elementos que constituem o chamado *Cool Japan*, campanha que consiste em ampliar a influência daquele país nos campos político, social, cultural e econômico através de seus produtos mais populares. O *Cool Japan*, termo adotado pelo governo japonês na década de 2000, tem origem na reportagem *Japan's Gross National Cool!*, do jornalista norte-americano Douglas McGray. Em 2002, ele publicou na revista *Foreign Policy* um pequeno panorama da emergência do Japão “descolado”, cujos produtos são consumidos avidamente pelo próprio público japonês, mas também cada vez mais exportados.

Os jogos eletrônicos, as histórias em quadrinhos, as animações, a moda, a gastronomia, o design e a música japoneses, entre tantos outros produtos que possuem uma aura *cool*, fazem parte do *Soft Power* (Poder Brando) engendrado pelo governo do Ja-

pão para promover sua política diplomática conectada diretamente aos valores daquela sociedade. Além de mostrar um lado menos tradicional e menos rígido dos japoneses, esses produtos ajudam o país a produzir uma imagem de país moderno, sintonizado com o desejo de consumo de jovens do mundo inteiro, e também a exportar produtos que não se resumem a automóveis e equipamentos eletrônicos. A explosão da indústria criativa, em setores como o entretenimento, tornou-se mais evidente com as crises econômicas enfrentadas pelo Japão nas décadas de 1990 e 2000, que limitaram a produção industrial do país, mas favoreceram o consumo de mangás e animes no cenário internacional.

Na década de 90, a imagem do Japão já não é apenas econômica. Sushi, sashimi e karaokê são agora símbolos tão bons como Honda e Mitsubishi. Eles fazem parte do fluxo externo da cultura japonesa. As dimensões do Japão fazem com que este fluxo seja inevitável. Assim, torna-se impossível para o país deixar de ser influenciado por outros países, isto é, internacionalizar-se. Ambos os processos vieram para ficar, visto que o Japão não existe no vácuo e está envolto por outros países do mundo. (Edstrom apud Ortiz, 2001: 67)

As origens do mangá remontam a pergaminhos budistas do século XII. Mas, como produto da moderna indústria criativa, começou a ser descoberto além das fronteiras japonesas entre as décadas de 1960 e 1970, quando animações *made in Japan* chegaram às telas das emissoras de TV ocidentais. Baseados nas histórias em quadrinhos japonesas de grande sucesso, os animes – como as animações são chamadas pelos japoneses – surgiram como opção mais barata para preencher lacunas nas grades de programação das emissoras de TV em países do Ocidente, sendo adquiridos para atender ao público infantil. Porém, no Japão, mangás e animes não são produtos exclusivos para crianças e adolescentes. Mangá e anime fazem parte de um sistema mais amplo, que inclui leitores de ambos os sexos, variadas faixas etárias e

ocupações profissionais. Como ressalta Renato Ortiz, o mangá e, conseqüentemente, seu derivado, o anime:

[...] não se limita, como em muitos países, a um público infantil. Desde o início ele se volta para leitores diferenciados, explorando os enredos em múltiplas direções: aventura, comédia, romance, ação, política, erotismo. A técnica da narrativa, gramatical e visual, de cada um desses eixos tende assim a se enriquecer e a se diversificar.” (Ortiz, 2001: 165)

Por conta de seu conteúdo não voltado especificamente para o público almejado pelas emissoras de TV de outros países, notadamente no Ocidente, as animações japonesas passaram por adaptações na dublagem ou na edição de cenas. O objetivo era adequar o conteúdo para que estivesse de acordo com as normas que garantissem a “formação saudável” de crianças e adolescentes. O que as emissoras desses outros países não esperavam é que as séries amealhassem a admiração do público, que começou a demandar produtos correlatos – brinquedos e principalmente revistas em quadrinhos – em geral disponíveis em grande quantidade no Japão.

Editoras norte-americanas, asiáticas e europeias passaram a voltar a atenção mercadológica para a então emergente demanda dos telespectadores por produtos relacionados às séries. Chegaram a lançar revistas em quadrinhos genéricas, porém sem autorização de autores e editores dos mangás no Japão. Nos outros países, as histórias e os desenhos eram feitos por artistas locais e não possuíam relação com o material original, cujo licenciamento não interessava às editoras de outros países. Entre os motivos para resistir ao licenciamento dos mangás: os temas abordados (considerados impróprios para leitores infanto-juvenis) e os custos de adaptação e publicação do material impresso (a necessidade de tradução do japonês e diagramação de acordo com o padrão de leitura de cada país). Xenofobia e protecionismo comercial também eram

empecilhos que atrasavam a chegada das histórias em quadrinhos japonesas em alguns países.

[...] os mangás nunca foram concebidos para ser vendidos no exterior. Eles nasceram com histórias estilizadas e trabalhos artísticos feitos para os japoneses, culturalmente específicos e baseados em valores compartilhados, criados sem preocupação com possíveis respostas estrangeiras a sua abordagem do sexo, do cristianismo e de outras questões polêmicas. (Gravett, 2006: 156)

A falta de licenciamentos de mangás por editoras estrangeiras praticamente forçou os leitores de outros países, que se mostraram persistentes no consumo do produto, a buscar maneiras diversas para terem acesso a revistas originais, publicadas no Japão. Uma delas foi montar circuitos de distribuição de cópias clandestinas das revistas em quadrinhos, disponibilizando-as a integrantes de clubes de fãs de cultura pop japonesa. Na Espanha, a animação *Dragon Ball* tornou-se popular na década de 1980, a ponto de fãs se mobilizarem para adquirir, por vias não formais, cópias dos mangás da série criada por Akira Toriyama.

Como Alfons Moliné relata,

[...] o sucesso foi tão grande que, no início, a não-existência de merchandising baseado na série incentivou os próprios fãs a criarem o seu. Aconteceu um tráfico de fotocópias do mangá original japonês não só entre crianças e adolescentes, mas também entre jovens adultos. A *dragonballmania* ficou consolidada como o perfeito exemplo da maneira como um mito popular de massas pode ser criado a partir do clamor do público, sem campanhas publicitárias. (Moliné, 2004: 59)

A leitura de mangá tornou-se mais acessível a leitores de outros países apenas a partir das décadas de 1990 e 2000: o licenciamento de animes aumentou nas emissoras estrangeiras, que prepararam o público para o consumo de mangá, e editoras especializadas em publicações japonesas foram criadas em dis-

tintos países. Os mangás transformaram-se em um fenômeno de comunicação de massa também no Ocidente, chegando a gerar ao setor editorial japonês lucros de 12 bilhões de ienes² em 2008, segundo relatório da *Japan External Trade Organization* (Jetro). Nesse montante estão os valores arrecadados com a exportação de volumes em japonês e os contratos de licenciamentos dos títulos, assinados pelas mais importantes editoras nipônicas e suas contrapartes no exterior.

As principais demandas dos fãs foram atendidas, o que incluiu o licenciamento das séries de sucesso no Japão (*Bleach*, *Dragon Ball*, *Naruto*, *Saint Seiya*, entre milhares de títulos) e histórias de autores consagrados, como Osamu Tezuka. Porém, as demandas, transformadas pela emergência das mídias digitais a partir da década de 1990, apresentaram novas exigências do público consumidor fora do Japão, relacionadas a questões como tradução, qualidade do material impresso e custos dos exemplares. Somados a esses fatores, há também o fato de leitores terem acesso direto ao material em língua japonesa e estarem constantemente informados sobre os lançamentos do mercado editorial nipônico, tornando inevitáveis as comparações entre mangás licenciados e versões originais.

Fora do Japão, simultaneamente ao crescimento do consumo das versões licenciadas em versão impressa, surgiam e circulavam cópias escaneadas e não autorizadas, envolvendo novos recursos tecnológicos da mídia digital. A esta prática social, como prática midiática, deu-se a designação de *scanlation*.

Scanlation: Apropriações sociais de tecnologia e reprodução de mangá para consumo subalterno

De maneira um pouco diferente do tráfico de fotocópias relatado por Moliné, o mangá continua fazendo parte de um circuito subalterno de consumo produzido pelos próprios fãs. Trata-se de versões digitais alternativas, que não têm nenhuma ligação com o mangá

original em formato digital comercializado e consumido no Japão, produzidos para dispositivos de leitura em *tablets*. Na verdade, trata-se de cópias não autorizadas, em formato digital. A partir de exemplares impressos, os mangás são manipulados em equipamentos digitais, traduzidos e distribuídos gratuitamente por grupos de leitores que usam a internet para essas atividades.

Grupos de fãs assumem papéis de editores, tradutores, *designers* e administradores de sites. Ao simular o trabalho de profissionais, eles realizam a tarefa de levar a outros leitores não nipônicos arquivos de imagens contendo mangás traduzidos do japonês para um idioma mais acessível ao público estrangeiro – inglês, por exemplo. A prática social de traduzir, copiar, escanear e distribuir gratuitamente as revistas de mangá ganhou a denominação de *scanlation*, junção dos termos em inglês *scan* e *translation* (digitalização e tradução).

No desenvolvimento do capitalismo histórico, a dinâmica de um consumo dito subalterno demanda compreender modos de existência material e simbólica no seio do próprio sistema econômico em dimensão global. No caso, é preciso prestar atenção em práticas encontradas no interior do próprio sistema que, por alguma razão, arranham, perturbam ou até mesmo desestabilizam a lógica hegemônica do capital. Daí aí a importância de identificá-las, de esmiuçar o seu funcionamento e sondar a sua potência. (Brandão, 2007)

O *scanlation* segue a mesma trilha da prática do *fansubbing*, atividade de tradução, legendagem e distribuição de conteúdo audiovisual praticada por fãs de séries audiovisuais japonesas. Oriundo da década de 1970, quando os aparelhos de videocassete e as fitas VHS permitiram aos usuários domésticos gravar programas de TV, o *fansubbing* começou a ganhar forma no final da década de 1980, quando fãs de ficção científica começaram a legendar, por conta própria, animações japonesas do gênero, com robôs gigantes e demais histórias que não se assemelhavam àquelas criadas no Ocidente. As

fitas VHS de animes e séries audiovisuais, assim como as fotocópias de mangás, deram lugar aos CDs, pen drives e arquivos digitais.

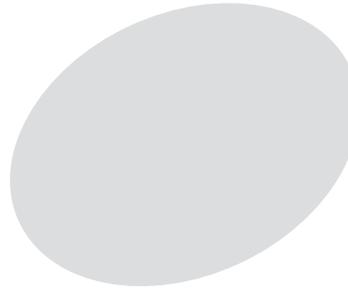
A prática do *scanlation* popularizou-se entre os fãs não japoneses de mangá, que formam seus grupos, chamados de *scanlators* ou *scantrad* (scan traduction), recrutando amigos ou contatos em redes sociais. Reunidos pela sociabilidade fomentada no ciberespaço, os integrantes oferecem seus conhecimentos e habilidades em determinada função – a experiência com programas de edição de imagem (preparação de arquivos digitalizados) e conhecimentos em japonês ou inglês (tradução do texto das histórias) – para construir um circuito de reprodução, circulação e consumo de mangá digitalizado.

Participantes de um novo tipo de “estar junto à toa”, esses fãs, em contato constante através das redes sociais, fóruns e programas de conversação instantânea, passam a compartilhar frustrações e momentos de entretenimento e a participar de trabalhos colaborativos pela internet. Como ressalta o sociólogo francês Michel Maffesoli, “a emoção não pode ser reduzida unicamente à esfera do privado, mas é cada vez mais vivenciada coletivamente”. (Maffesoli, 1995: 76)

Situados em qualquer parte do mundo, fãs colaboram para a emergência de usos não previstos pelos autores das histórias em quadrinhos nipônicas e pelos fabricantes/inventores dos aparatos técnicos envolvidos nesta prática. Quando improvisam no uso de *softwares*, e-mails, telefones celulares, programas de conversação instantânea e sites de vídeos como o *Youtube*, os integrantes de grupos *scanlators* apropriam-se desses recursos técnicos, desviando as funções dos equipamentos para o funcionamento de uma prática subalterna de circulação e consumo de mangás.

Conhecimentos em *webdesign* e programas de edição de imagens também são desviados de finalidades “sérias” e economicamente produtivas – finalidades profissionais para outros usos no ambiente dos *scanlators*. Os praticantes de *scanlation* aperfeiçoam

seus conhecimentos sobre como melhor intervir no material digitalizado, ao mesmo tempo em que exteriorizam uma força criativa, usando como objeto mediador o mangá. Na apropriação, segundo André Lemos (2010), evidenciam-se as dimensões técnicas de aprendizagem e treinamento.



Os scanlators apropriam-se de recursos, desviando as funções dos equipamentos para uma prática subalterna de circulação e consumo de mangás

A apropriação das tecnologias da cibercultura, aliada aos desejos de informação livre e busca de transgressão às normas da sociedade, abriu brechas para que usuários de ferramentas digitais pudessem desenvolver seus próprios aplicativos, utilizados para facilitar a vida dos usuários da internet e provocar a ira dos produtores de mídia. Os *softwares* de compartilhamento peer-to-peer *Winny*, criado em 2002 por Isamu Kaneko, e *Share*, criado por um usuário japonês anônimo em 2003, provocaram no Japão as prisões de usuários que utilizavam esses dois *softwares* para compartilhar ilegalmente mangás, animes, séries de TV, filmes, pornografia e games.

O *Share* e o *Winny* foram descobertos e usados no exterior como canais de distribuição de conteúdos veiculados originalmente em território japonês. Os dois *softwares* funcionam como fontes importantes para obtenção da matéria-prima de *scanlation*, que são as páginas escaneadas diretamente das antologias e os volumes compilados colocados à venda no mercado japonês. Outros programas *peer-to-peer* mais populares entre usuários ocidentais, como o *BitTorrent*, *Emule* e *Limeware*, ajudam os arquivos obtidos a partir do *Winny* e *Share* a circular entre computadores do mundo inteiro.

Manuseios de ferramentas midiáticas e despesas improdutivas na cibercultura

Segundo Hye Kyung-Lee (2009), a expansão da atividade do *scanlation* deve-se a três fatores: a grande demanda de mangás, que excede o número de títulos ofertados pelas editoras fora do Japão; a emergência de tecnologias digitais de reprodução de cópias; e a

O praticante de Scanlation é um ciber-rebelde que direciona o vitalismo acumulado no cotidiano para atividades ditas frívolas na cibercultura

disseminação da Internet. Esses fatores, ligados diretamente ao desenvolvimento das inovações tecnológicas, possibilitaram a transformação do mangá impresso em arquivos digitais e sua distribuição de modo mais veloz e sem controle do mercado formal pelo mundo inteiro. Os dispositivos mais usados são os programas de “bate-papo”, programas de compartilhamento *peer-to-peer* e sites e blogs criados e mantidos pelos próprios grupos *scanlators*.

Somado a estes fatores, há também a presença de tutoriais e recursos educativos que, utilizando a estrutura aberta da Internet, permitem que conhecimentos outrora transmitidos de maneira verticalizada em instituições de ensino formais passem a ser acessíveis a qualquer usuário na rede. Tutoriais de *Photoshop*, por exemplo, são fontes de conhecimento utilizadas pelos integrantes de *scanlators* que lidam com a edição das páginas digitalizadas.

Apesar de a prática do *scanlation* ser constantemente relacionada aos mangás, ela inclui também outros tipos de histórias em quadrinhos: os *manhwa* (quadrinhos sul-coreanos), os *manhua* (quadrinhos chineses), os *Original*

English-Language Manga (quadrinhos com a estética do mangá publicados originalmente em inglês) e os *comics* norte-americanos, entre outros. As histórias em quadrinhos independentes feitas por fãs, caso das produções japonesas chamadas de *doujinshi* e que se assemelham aos fanzines no Ocidente, também são traduzidas, digitalizadas e disponibilizadas gratuitamente na internet.

Os mangás, agora digitalizados na prática de *scanlation*, circulam livremente na Internet por intermédio de seus leitores, que desempenham um papel mais ativo no consumo, não se restringindo apenas à prática da leitura. Para esses grupos de fãs, o importante, nas condições históricas da cibercultura, não se trata apenas de apreciar, mas compartilhar e levar títulos de mangá ao conhecimento de outros leitores em torno da cultura pop japonesa, cujo imaginário mundializado eles colaboram para atualizar. O fenômeno do *scanlation* é contemporâneo do formato *mp3* na música e dos formatos graváveis em DVD para vídeos: os processos técnicos que acentuaram a capacidade de reprodução de objetos culturais alteraram a relação dos consumidores com tais objetos, ao mesmo tempo em que produziram condições de novas relações entre os próprios consumidores dos dispositivos técnicos.

O comportamento ativista do leitor e praticante de *scanlation*, que vai contra a maneira “convencional” de se consumir HQs, o transforma em uma espécie de *cyberpunk*: um ciber-rebelde que direciona todo o vitalismo acumulado no cotidiano banal para atividades consideradas frívolas e sem finalidades econômicas no ambiente da cibercultura. Do ambiente estruturado e organizado das escolas, faculdades e locais de trabalho partem forças e habilidades que movem a prática do *scanlation*, passível de ser relacionada com mesma categoria dos vírus de computador, das navegações aleatórias em sites e das conversações em salas de bate-papo: despesas improdutivas. (Lemos, 2010)

Para Georges Bataille (1975), a despesa improdutiva é decorrente de um tipo de consumo que não tem como finalidade principal a preservação da vida terrena ou a acumulação de bens, mas os excessos, as perdas e os prazeres furtivos. Em outras palavras, as despesas improdutivas se relacionam com atividades consideradas menos “nobres”, como as festas, as guerras, os jogos e as coisas banais. Apesar da ligação com o que é enquadrado como “inútil”, a despesa improdutiva transforma-se em elemento essencial para a vida em sociedade, e, na Internet, surge como catalisadora das atividades do *underground high-tech*, no qual se enquadra a prática social e midiática do *scanlation*.

Segundo Henry Jenkins, “a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores.” (Jenkins, 2009: 29). Dotados de informações e conhecimentos sobre conteúdos de seu interesse, esses consumidores utilizam tecnologias midiáticas ao seu alcance para fazer com que informações fluam por canais e suportes diferentes daqueles para os quais foram criados. A relação entre mercados midiáticos, plataformas de mídia e o comportamento mais ativo e criativo por parte dos consumidores resulta no que o autor chama de Cultura da Convergência.

Convergência, de acordo com Jenkins,

[...] não ocorre por meio de aparelhos [...] A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros. [...] Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. (Jenkins, 2009: 30)

Munidos cada qual com um tipo de conhecimento diferente, os fãs reúnem-se virtualmente e põem em funcionamento suas habilidades para popularizar o consumo de mangá.

● Capitalismo rizomático: produção hierárquica, reprodução anárquica

Segundo as leis de direitos autorais em voga no Japão, um autor possui o direito de preservar a integridade de seu trabalho contra qualquer tipo de mutilação, distorções ou modificações que contrariem sua vontade. Pequenas alterações e digitalizações de obras podem ser feitas sem a autorização dos detentores dos direitos autorais em situações muito específicas, como no caso de adaptação de trabalhos para usos educativos, desde que a quantidade de cópias digitais não acarrete prejuízos aos autores.

Ao usuário comum é permitido reproduzir um trabalho, sem o consentimento do autor, desde que a reprodução esteja confinada a um círculo restrito, como o uso pessoal ou doméstico ou casos similares classificados como “uso privado”, e que não tenha como finalidade a obtenção de lucro. Trabalho é entendido aqui como a produção na qual pensamentos e sentimentos são expressos de maneira criativa e enquadrados num domínio musical, artístico, literário ou científico (Cric, 2010). A partir do momento em que imagens, fotos, textos e outros trabalhos pré-existentes passam a ser digitalizados, armazenados e reproduzidos em computadores ou em servidores de Internet, com o propósito de serem utilizados em sites e blogs, por exemplo, a reprodução deixa a esfera do uso privado para tornar-se público, devendo assim ter a permissão do autor ou do detentor dos direitos autorais.

As condições sociotécnicas foram alteradas com a disseminação de tecnologias de digitalização de conteúdos, provedores de armazenamento de arquivos, sites de *upload* de conteúdos, serviços gratuitos de criação de blogs, sites e compartilhamento *peer-to-peer*. Nestas condições, trabalhos pré-existent deixam de fazer parte de apenas um computador para serem reproduzidos e distribuídos à exaustão, além de sofrerem remixagens, bricolagens e outros tipos de modifi-

cações não autorizadas pelos criadores e/ou detentores de direitos autorais. As páginas de papel de um mangá, quando deixam a estrutura dos exemplares palpáveis para virarem arquivos digitais nas mãos dos *scanlators*, transformam-se em bens informacionais que se multiplicam rapidamente.

[...] o bem informacional não sofre a escassez típica dos bens materiais. Ele pode ser reproduzido ao infinito, sem perda ou desgaste do original. Além disso, o bem informacional não vive o desgaste quando é utilizado. Quem pode desgastar-se é apenas o seu suporte. (Silveira, 2007:34)

A prática de *scanlation*, considerada uma violação dos direitos autorais, tornou-se alvo de uma coalizão coordenada por editoras norte-americanas e japonesas, cujos lucros obtidos na venda de mangás vêm caindo com o passar dos anos. Em 2010, alguns grupos *scanlators* especializados em traduzir títulos para o inglês, sites agregadores de páginas de mangás e distribuidores de *raws* (páginas de mangás escaneadas, porém sem qualquer tipo de intervenção digital na forma e no conteúdo) foram ameaçados com processos judiciais pelos grupos integrantes das editoras e proibidos de prosseguirem com as atividades de distribuição de mangás pela Internet, sendo obrigados a retirar da rede todos os títulos oferecidos para leitura gratuita¹. Porém, os títulos que foram proibidos de circular em versão alternativa ainda são encontrados e redistribuídos de maneiras diversas por usuários que possuem cópias dos arquivos. Entre as vias utilizadas para o escoamento dos títulos “banidos” estão mensagens privadas em fóruns de discussão, comunidades virtuais fechadas, programas de conversação instantânea e programas de compartilhamento via *peer-to-peer*.

É importante ressaltar o caráter rizomático da prática sociotécnica dos grupos

scanlators: grupos pressionados e obrigados a cessar suas atividades ressurgem posteriormente com outra configuração ou dão lugar a novos participantes; membros que cessam sua participação são substituídos por outros; mangás retirados dos sites são logo encontrados em distribuição pelos leitores que fizeram o download dos arquivos a tempo. O próprio mecanismo de funcionamento de um grupo *scanlator*, constituído pelas táticas de distribuição de arquivos digitais, pelo recrutamento de integrantes, com suas funções e etapas dependentes uma das outras, compõe um processo que não cessa de reinventar suas conexões nas cadeias da cibercultura.

Um rizoma pode ser rompido, quebrado em um lugar qualquer, e também retoma segundo uma ou outra forma de suas linhas e segundo outras linhas. É impossível exterminar as formigas, porque elas formam um rizoma animal do qual a maior parte pode ser destruída sem que ele deixe de se reconstruir. (Deleuze; Guattari, 1995: 18)

A dedicação de tempo e de empenho em habilidades na tradução, edição e distribuição gratuita e não autorizada dos mangás digitalizados, ao ir na contramão da lógica capitalista de acumulação de bens, apresenta-se como uma espécie de economia contemporânea de dádivas, atualizada na cibercultura com seus circuitos de distribuição de piratarias, arquivos musicais, filmes e *softwares*, colocados gratuitamente à disposição dos usuários da Internet. No caso do *scanlation*, o regalo ofertado é o mangá traduzido. O consumo e a circulação deste produto reforçam o vínculo entre apreciadores das histórias em quadrinhos.

[...] a lógica das redes e a sua cultura de uso foi retomando os processos cotidianos não-mercantis e permitindo emergir outras relações intersubjetivas. Uma economia da dádiva surge na forma de compartilhamento de conteúdo e de conhecimentos, facilitada pela digitalização e pela velocidade de transferência de informações. (Silveira in Gindres et alli, 2002:28)

¹ Japanese, U.S. Manga Publishers Unite To Fight Scanlationsh. Disponível em <<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/copyright/article/43437-japanese-u-s-manga-publishers-unite-to-fight-scanlations.html>>

Leitores com habilidade em tradução e adaptação de títulos publicados originalmente em japonês ajudam outros leitores, que não têm conhecimento ou não são fluentes no idioma, a ter acesso às histórias, reforçando o sentimento de coletividade dos fãs, ainda que o contato seja apenas via Internet.

No fundo, são misturas. Misturam-se as almas nas coisas; misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e é assim que as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca. (Mauss, 1974: 71)

O sistema social da dádiva, a partir da obra de Marcel Mauss, original de 1922, ganhou releituras nas últimas décadas, principalmente de pesquisadores europeus, para redimensionar a importância de um pensamento não utilitarista no bojo do desenvolvimento do capitalismo. Nessas releituras, dádiva é “qualquer prestação de bens ou serviços efetuada sem garantia de retorno, tendo em vista a criação, manutenção ou regeneração do vínculo social. Na relação da dádiva, o vínculo é mais importante do que o bem” (Caillé in Martins, 2001: 192). Presentear os leitores de mangás com um trabalho feito por fãs é um gesto que fortalece o sentimento de coletividade possibilitado pela Internet com o surgimento das comunidades virtuais, através das quais os *scanlators* formam suas equipes. Fãs que possuem maiores habilidades na tradução ajudam aqueles que não têm ou não conhecem de maneira suficiente outros idiomas. Deixar de partilhar é como quebrar esse sentimento de coletividade, e não reconhecer o trabalho que outros tiveram para levar é visto como desrespeito. “Recusar-se a dar, deixar de convidar ou recusar-se a receber equivale a declarar guerra; é recusar a aliança e a comunhão”. (Mauss, 1974: 57)

No caso das práticas midiáticas do *scanlation*, o ato de compartilhar, disponibilizar e tornar acessíveis obras antes publicadas em idiomas distantes do alcance de muitos leitores assemelha-se a um sistema contem-

porâneo de trocas e prestações de que falava Marcel Mauss (1974) sobre sociedades tradicionais. Os capítulos e tomos inteiros de mangás, oferecidos para download, podem ser considerados analogamente como dádivas, regalos (presentes) ofertados e que podem ser retribuídos pelos fãs e leitores. Um presente dado que requer uma retribuição à altura, seja



A dedicação de tempo e de empenho do Scanlation, ao ir na contramão da lógica capitalista, apresenta-se como uma economia contemporânea de dádivas

de maneira direta ou indireta, como nos casos em que um título difundido pela Internet agrada tanto que seus fãs organizam petições para sensibilizar as editoras a ter os tomos em suporte de papel para colecioná-los.

Um dos maiores incentivos para um grupo *scanlator* continuar suas atividades é saber que há outros fãs interessados em acompanhar seu trabalho, criticá-lo quando necessário e ajudá-los a difundir a cultura *otaku*, ampliando o círculo de leitores que têm gostos em comum em escala mundial. No reconhecimento do esforço alheio e na necessidade da retribuição como agradecimento, os fãs que se tornam tradutores, editores ou *scanners* presenteiam algo de si, repassando a outros jovens esta missão.

Há ainda fatores que reforçam o que membros de grupos de *scanlators* qualificam como nobres e justas, embora sejam consideradas atividades improdutivas. As atividades de tradução/adaptação, digitalização das imagens e distribuição gratuita constituem-se numa espécie de trabalho colaborativo, em que doar parte de seu tempo, dedicar seus conhecimentos para tornar as histórias acessíveis a uma vasta gama de outros fãs

são considerados como uma forma justa de compartilhar a preferência pelos mangás.

Os circuitos de *scanlation*, portanto, reproduzem na cultura contemporânea os processos de redistribuição de bens materiais e simbólicos, fomentando uma relação de *status* que se baseia muito mais na distribuição desses bens do que no seu acúmulo. Os grupos *scanlators*, nessa perspectiva, atualizam o primado da cibercultura no que ela se distingue da tecnocultura (Lemos, 2010), tornando dinâmica a noção que se possa ter nos dias de hoje de sociabilidade, imersão na experiência urbana, ativismo em rede, trabalho coletivo e o que é viver sob a hegemonia do modo de produção capitalista.

● Considerações finais

A concepção de usos midiáticos compreende o plano do consumo necessariamente nos entremeios do modo de produção capitalista. Nessas condições históricas, as noções de resistência hoje passam por práticas sociais que, nos processos de consumo, permitem visualizar melhor o que significa resistir – econômica, política e culturalmente – nos dias de hoje. As práticas de *scanlation* são atravessadas necessariamente pelo consumo de produtos culturais da indústria criativa japonesa, hoje mundializada pelos processos de globalização da economia. São atravessadas também por uma condição global do capitalismo na medida em que se atualizam no consumo de ferramentas de mídias digitais, produtos do processo modernizador das tecnologias midiáticas.

A atividade de *scanlation* é uma prática social que sugere repensar os modos como torna-se viável a produção de subjetividade em meio às condições de existência construídas nos embates do processo modernizador do Ocidente. O consumo de tecnologias torna-se condição de existência material e simbólica, o que inclui a necessidade de produção e reprodução de linguagem. O *scanlation*, como prática social, permite perceber o quanto há de investimento em uma existência simbólica hoje enfaticamente

mediatizada, e que passa necessariamente pelo consumo de bens materiais produzidos no modo de produção capitalista.

A produção simbólica no *scanlation* refere-se não apenas ao produto digital que circula como cópias de um consumo subalterno entre fãs anônimos espalhados pelo planeta. Refere-se também às vinculações sociais produzidas nas atividades envolvidas: manuseio de ferramentas midiáticas, produção e troca de saberes, divisão do trabalho e cooperação entre os pares da comunidade que se inventa. Paradoxalmente, em se tratando de sociedade de consumo, as vinculações produzidas fomentam-se não no acúmulo de bens materiais, o que é característica do modo de produção capitalista. Antes, a sociabilidade inventada nutre-se de um trabalho cooperativo, em que dividir produtos culturais para então multiplicá-los e distribuí-los em rede é o que fomenta uma idéia de comunidade.

O *scanlation* torna-se uma espécie de dádiva contemporânea, porque se trata não de uma relação de troca econômica, mas de uma relação de troca simbólica, embora o simbólico evidentemente só se atualize a partir da materialidade econômica traduzida no acesso a equipamentos digitais. Em outras palavras, o *scanlation* é uma prática social que se atualiza como prática midiática, que por sua vez advém da evolução constante do desenvolvimento industrial e das ferramentas tecnológicas, o que também só se torna viável numa sociedade de consumo de tais bens materiais.

Nos entremeios do sistema capitalista, a prática de *scanlation* permite conceber que a reprodução insistentemente subalterna de bens simbólicos compromete e questiona o capitalismo no qual se originam tais bens. Mas práticas sociais caracterizadamente subalternas, caso do *scanlation*, tornam-se processos reprodutores do próprio sistema capitalista, que, historicamente, vive de crises constantes e reinvenções contínuas.

(artigo recebido mai.2012/ aprovado out.2012)

Referências

- “Yano Research Reports on Japan 2009/2010 otaku market”. **Anime News Network**. Disponível em: <http://www.anime-newsnetwork.com/news/2010-10-14/yano-research-reports-on-japan-2009-10-otaku-market>. Acesso em: 24/6/2010.
- AOKI, Deb. “US, Japan Manga Publishers Band Together to Stop Scanlation Sites”. **Manga About.com**. Disponível em: <http://manga.about.com/b/2010/06/09/u-s-japan-manga-publishers-band-together-to-stop-scanlation-sites.htm>. Acesso em 23/6/2011.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: Ensaio sobre literatura e história da cultura (Obras Escolhidas)**. V. 1. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BATAILLE, Georges. **A Parte Maldita**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Imago, 1975.
- BRANDÃO, Ludmila de Lima. “Circuitos subalternos de consumo: Sobre cópias baratas, falsificações e quinquilharias”. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 4, n. 10, 2007, p. 89-109.
- “Copyright Law of Japan”. **Copyright Research and Information Centre**. Disponível em: http://www.cric.or.jp/cric_e/clj/clj.html. Acesso em: 25/6/2011.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia**. V. 1. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 1995.
- DIGITAL MANGA GUILD**. Disponível em: <http://www.digitalmangaguild.com>. Acesso em: 29/6/2011.
- GOTO, Marcel. “Quando surgiram os primeiros mangás e animes?”. **Mundo Estranho**. Disponível em: <http://mundoes-tranho.abril.com.br/materia/quando-surgiram-os-primeiros-mangas-e-animes>. Acesso em: 24/06/2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- KELTS, Roland. “Soft Power, Hard Truths/ Porn Piracy, Summer of Manga”. Disponível em: <http://www.yomiuri.co.jp/dy/features/arts/T100803001536.htm>. Acesso em: 24/6/2011.
- LEE, Hye-Kyung. “Between fan culture and copyright infringement: manga scanlation”. **Media Culture Society**. Thousand Oaks, California, v.31, n.6, 2009, p.1-13.
- LEMOS, André. **Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- LÉVY, Pierre; LEMOS, André. **O Futuro da Internet**. 1ª ed. São Paulo: Paulinas, 2010.
- LIMA, Venício Artur de. **Mídia: Teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.
- SATO, Cristiane A. “Autora de “JAPOP: O poder da cultura pop japonesa”. Disponível em: <http://www.culturajaponesa.com.br/htm/cristianeasato.html>. Acesso em 27/7/2011.
- LUYTEN, Sonia. **Mangá. O poder dos quadrinhos japoneses**. 2ª ed. São Paulo: Hedra, 2000.
- _____. **Cultura pop japonesa – mangá e animê**. São Paulo: Hedra, 2005.
- MARX, W. David. “An adult matter for comics: Manga sales down”. **CNN Go**. Disponível em: <http://www.cnn.go.com/tokyo/shop/adult-matter-comics-manga-sales-down-733222>. Acesso em: 23/6/2011.
- McCURRY, Justin. “Japan looks to manga comics to rescue ailing economy”. **The Guardian**. Disponível em: <http://www.guardian.co.uk/world/2009/apr/10/japan-manga-anime-recession>. Acesso em: 23/6/2011.
- PARENTE, André. **Tramas da rede: Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- PELBART, Peter Pál. **Vida Capital: Ensaio de Biopolítica**. 1ª ed. São Paulo: Iluminuras, 2011.
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Comunicação Digital e a Construção dos Commons**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.
- WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

