



Cultura participativa e formação de grupos de fandublagem: análise da comunidade FandubBR¹

Ana Paula Silva Ladeira Costa²

Caio Vinícius Alves Godoi³

Universidade Estadual de Goiás (UEG)

Resumo: O trabalho pretende observar o surgimento de grupos de fandublagem no contexto brasileiro. Para tanto, está sendo realizada netnografia do grupo de fãs denominado FandubBR, responsável pela dublagem e divulgação de animes japoneses através de redes sociais. Os dados preliminares indicam que a existência do grupo deve-se a fatores como a escassez ou pouco investimento em dublagens de animes japoneses; acesso dos usuários às novas tecnologias de edição e dublagem e ao surgimento de uma cultura participativa, que se dá através da associação e organização em comunidades de fãs.

Palavras-chave: Fandublagem. Cultura Participativa. FandubBR. Dublagem.

Resumo expandido:

A profusão de grupos de fandubladores de animes japoneses leva-nos a refletir a respeito do mercado de dublagem deste gênero audiovisual, bem como sobre as práticas destes grupos de fãs no contexto brasileiro. Observa-se, no Brasil, o surgimento, em 2012, da comunidade FandubBR, especializada na dublagem de animações japonesas.

Neste trabalho, propusemos uma análise deste grupo de fãs no Facebook. Trata-se do início de uma pesquisa que observará, através de uma netnografia, seus modos de organização, práticas cotidianas e envolvimento com o conteúdo compartilhado através da rede social. A escolha do grupo deve-se à qualidade dos trabalhos de dublagem

¹ Trabalho apresentado à VI Semana do Cinema e Audiovisual da UEG. Goiânia, UEG- Campus Laranjeiras, 2017.

² Professora efetiva do Curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense. Email: anapaulasc@hotmail.com

³ Discente do Curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás. Email: caiophantom@hotmail.com



compartilhados nas redes sociais, bem como ao amplo número de seguidores e ao volume de obras dubladas.

Verificamos que não se trata de um fenômeno isolado, pois o surgimento de grupo de fandubladores ocorre simultaneamente ao surgimento de grupos de fansubs, ou seja, grupos de fãs de animes que realizam a legendagem deste conteúdo audiovisual para o idioma de seu país. Miguel Sobrino e Iván Fernández (2012) observam que o gênero anime possui dificuldades de distribuição, especialmente pelo idioma, mas também pelo grande número de obras produzidas anualmente no Japão. Com isso, os grupos de fandubladores e de fansubs cumpririam a função de distribuidores deste tipo conteúdo, embora a atividade seja considerada ilegal.

Compreendemos, aqui, que o surgimento do fenômeno *fandub* implica em situá-lo dentro de um contexto mais amplo, no qual se verifica a cultura participativa dentro das redes sociais. Para isso, utilizamos o conceito de “cultura de fãs”, proposto por Henry Jenkins (2009). Através do uso de tecnologias de comunicação, as pessoas, “unidas por um interesse comum”, produzem e reúnem informações acerca dos conteúdos audiovisuais de seu interesse. Trata-se de uma cultura altamente participativa, geralmente organizada através de comunidades virtuais.

FandubBR

A comunidade FandubBR define-se enquanto: “um projeto criado por fãs de animes e tem o intuito de brincar com a arte da dublagem e trazer pro nosso idioma coisas que talvez jamais seriam dubladas. Nosso trabalho é totalmente sem fins lucrativos”. A grupo, composto por aproximadamente 20 dubladores, possui um website, um canal no YouTube, perfis no Twitter e no Facebook. No dia 26 de maio de 2017, o canal do FandubBR no YouTube somava 6.960 inscritos e totalizava quase 275 mil visualizações e aproximadamente 220 vídeos fandublados postados na plataforma. O Grupo possui, em agosto de 2017, 38 mil seguidores no Facebook.

Através da preliminar análise das redes sociais e de entrevista com membro do grupo, realizada através do Facebook, observou-se que este grupo surgiu graças,



principalmente, a dois fatores: 1) à escassez ou pouco investimento em dublagens de animes japoneses; 2) e ao acesso dos usuários às novas tecnologias de comunicação, que permitiram a associação e organização em comunidades, além da facilidade de acesso a programas de edição pelos usuários. Além disso, a tecnologia permite que a distribuição de animes aconteça através da internet, por meio de programas específicos.

Referências Bibliográficas:

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

SIMÓ, María Rosario Ferrer. Fansubs y scanlations: la influencia del aficionado en los criterios profesionales. In: **Revista Puentes**, n. 6, nov. 2005. p. 27-44.

SOBRINO, Miguel Angel Ortiz; FERNÁNDEZ, Iván Rodríguez. Los productos de animación japoneses como expresión de un modelo de negocio: el caso de la producción “anime”. In: **Revista Comunicación y Hombre**, n. 8, ano 2012. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4087168>> Acesso em