FÃS E A PRÁTICA FANSUBBING: UMA ANÁLISE DOS FANSUBS BRASILEIROS DE DRAMAS DE TV ASIÁTICOS

Nataly Teotonio Andrade, Jose Riverson Araujo Cysne Rios

Conforme Henry Jenkins (2009) as comunidades de fãs conhecidas como fandoms organizam-se para realizar atividades relacionadas a seus grupos. Dentre as práticas realizadas por fãs, destaca-se aqui o fansubbing. O fansubbing surgiu no final dos anos 80 e inicio dos 90 (JENKINS,2009), ele consiste em uma atividade em que seus participantes selecionam determinados produtos audiovisuais de origem em outros países e realizam a tradução e legendagem destes (WANG, 2014). Tendo como objeto de estudo os fansubs brasileiros de dramas de TV asiáticos, como por exemplo o k-drama (drama coreano), o objetivo é analisar quais são as motivações que levam aos participantes desses fansubs a praticarem a tradução, legendagem e distribuição desses produtos. Como forma de descobrir os aspectos motivacionais desses fãs optou-se por uma abordagem qualitativa e foi produzido um questionário online no Google Forms. Através da análise das respostas obtidas pelos participantes foi possível detectar dois motivos: a vontade de difundir os dramas a outros fãs no país e realizar a prática de tradução. Com a análise realizada foi possível delinear em quais aspectos os fãs do objeto desta pesquisa se enquadram. Assim os fãs que fazem parte dos fansubs de dramas de TV asiáticos são analisados enquanto fãs participativos (JENKINS, 2009). As contribuições realizadas por essas pessoas dentro da comunidade de fãs de dramas de TV se dão por meio da distribuição desses produtos de forma gratuita e online através de fóruns ou sites. As etapas por trás da produção desses grupos de fansubs giram em torno de atividades colaborativas em que cada integrante fica responsável por uma ou mais funções que são constituídas nos fansubs, encaixando assim no aspecto da cultura participativa (JENKINS, 2009) e inteligência coletiva (LÉVY, 2007).

Palavras-chave: fãs. fansubbing. fansubs. dramas de TV asiáticos.