



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS
DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS E TRADUÇÃO
LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS - MSI

**A IMPORTÂNCIA DA CULTURA PARTICIPATIVA E DE FÃS PARA A
PROMOÇÃO DO MULTILINGUISMO NA INDÚSTRIA DE *WEBTOONS***

Milena de Aquino Figueirêdo

Brasília – DF

2022

Milena de Aquino Figueirêdo

**A IMPORTÂNCIA DA CULTURA PARTICIPATIVA E DE FÃS PARA A
PROMOÇÃO DO MULTILINGUISMO NA INDÚSTRIA DE WEBTOONS**

Artigo científico apresentado ao Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação (LEA-MSI).

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Carina Luisa Ochi Flexor

Brasília – DF

2022

Milena de Aquino Figueirêdo

**A IMPORTÂNCIA DA CULTURA PARTICIPATIVA E DE FÃS PARA A
PROMOÇÃO DO MULTILINGUISMO NA INDÚSTRIA DE WEBTOONS**

Artigo apresentado ao Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação (LEA-MSI).

Brasília, 6 de maio de 2022

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Carina Luisa Ochi Flexor
(Orientadora)

Prof. Dr. Francisco Cláudio Sampaio de Menezes
(Examinador)

Prof. Dr. Luciano Mendes de Souza
(Examinador)

A IMPORTÂNCIA DA CULTURA PARTICIPATIVA E DE FÃS PARA A PROMOÇÃO DO MULTILINGUISMO NA INDÚSTRIA DE *WEBTOONS*

*Milena de Aquino Figueirêdo*¹

*Orientadora Profa. Carina Flexor*²

RESUMO: As Tecnologias da Informação e Comunicação e, mais amplamente, o contexto da cultura digital propiciaram o surgimento dos *webtoons* – histórias em quadrinhos concebidas no/para o meio digital – que, em meio à denominada cultura participativa, fez crescer o número de fãs interessados em traduzir as citadas *comics*, tornando-as mais acessíveis do ponto de vista linguístico. Diante desse contexto, a presente investigação buscou mapear plataformas de distribuição de *webtoons* no Brasil, identificando a importância da cultura participativa e da cultura de fãs para a promoção do multilinguismo no meio digital. Assim, a partir de um arcabouço teórico específico e, ainda, a partir de uma perspectiva dedutiva e de caráter exploratório, a investigação foi tecida a partir do levantamento do estado da arte no campo, da pesquisa bibliográfica e do levantamento de dados empíricos a partir das plataformas de *webtoons*. Esse artigo, então, permitiu inferir que as traduções de fãs vêm impulsionando a circulação de conteúdos digitais em múltiplos idiomas, possibilitando que a internet se torne um ambiente mais multilíngue. Ademais, aponta para o fato de que essas traduções se configuram como um dos principais meios de consumo de *webtoons* por parte do público brasileiro, sobretudo frente à atual insuficiência do mercado formal em suprir as demandas linguísticas de internautas transculturais.

Palavras-Chave: Cultura digital; Multilinguismo; *Webtoon*; Tradução; *Scanlating*.

¹ Graduanda no curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e a Sociedade da Informação pela Universidade de Brasília (UnB). E-mail: milenaquino30@gmail.com

² Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). E-mail: carina.flexor@fac.unb.br

THE IMPORTANCE OF PARTICIPATORY AND FAN CULTURES FOR THE PROMOTION OF MULTILINGUISM IN WEBTOON'S INDUSTRY

ABSTRACT: *Information and Communication Technologies and, more broadly, the context of digital culture led to the emergence of webtoons, comic books conceived in/for the digital environment. Those, in the midst of the so-called participatory culture, increased the number of fans interested in translating these comics, making them more accessible from a linguistic point of view. In this context, the present investigation sought to map webtoon distribution platforms in Brazil, identifying the importance of participatory culture and fan culture for the promotion of the multilingualism in the digital environment. Thus, based on a specific theoretical framework and also based on a deductive and exploratory perspective, the investigation was carried out through an analysis of this field's state-of-the-art, bibliographic research and a survey of empirical data from of webtoon platforms. This paper, then, made it possible to infer that fan translations have been boosting the flow of digital content in multiple languages, and also making it possible for the internet to be a more multilingual environment. Furthermore, it points to the fact that these translations are one of the main means of consumption of webtoons by the Brazilian audience, especially in view of the formal market' current insufficiency in meeting the linguistic demands of transcultural internet users.*

Keywords: *Digital Culture; Multilingualism; Webtoon; Translating; Scanlating.*

웹툰산업에서 다국어 보급을 위한 참여문화와 팬의 중요성

초록: 정보통신기술 그리고 더 대체적으로 디지털 문화의 맥락은 디지털로 나오는 만화 웹툰이 출현하게 하였다. 웹툰은 참여문화 안에 이러한 만화를 번역하기에 관심이 있는 팬들의 수를 증가시키며 팬들이 만든 번역하기를 통해 웹툰은 언어학적인 입장으로 더 접근 가능하게 되었다. 이러한 맥락에서 본 조사에서는 디지털 환경에서의 다국어화를 촉진하기 위한 참여문화와 팬문화의 중요성을 확인하면서 브라질에서 나오는 웹툰 유통플랫폼을 지도화하고자 하였다. 그러므로 구체적인 이론적 틀과 연역적, 탐구적 관점에 기초하여, 이 분야의 최신 기술에 대한 분석, 서지 연구 그리고 웹툰 플랫폼의 실증적인 데이터 조사를 통해 조사가 수행되었다. 이와 같이, 본 논문은 팬들이 만든 번역이 여러 언어로 된 디지털 콘텐츠의 흐름을 촉진하고 있으며, 또한 인터넷을 더 다국어 환경으로 만들고 있다는 추론을 가능하게 했다. 게다가, 정식 시장이 상호문화적 인터넷 사용자의 언어학적인 요구 강구하는 것에 부족함이 있다는 점 때문에 본 논문은 이러한 번역이 웹툰의 브라질 독자에 의한 주요 소비 수단 중 하나라는 것을 주목한다.

키워드: 디지털 문화; 다국어주의; 웹툰; 번역; 스캔레이션.

INTRODUÇÃO

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e, mais amplamente, a cultura digital vem reverberando em amplas e profundas transformações em distintas esferas do tecido social, inclusive, no vasto campo da indústria de entretenimento, em especial, no âmbito da produção-consumo de história em quadrinhos. Nesse horizonte, a presente investigação se atém aos *webtoons* que, em particular, se referem a um formato de produção de quadrinhos desenvolvido na Coreia do Sul, cujo nome surge da união de outras duas palavras, a saber: *web* e *cartoons*. Mais do que apenas *comics* concebidas no/para o meio digital, os *webtoons* são caracterizados pelo estilo de leitura vertical dos quadros, adaptados propositalmente para facilitar a leitura em telas de distintos dispositivos tecnológicos, além de poder contemplar aspectos hipermídia, tais como efeitos sonoros e animações (LYNN, 2016, p.1). Fora do espectro referente à sua composição artística, a publicação dos *webtoons* segue uma lógica semelhante à de novelas televisivas ou de tirinhas publicadas em jornais, ao se tratarem de produções seriadas. Para esse tipo de quadrinho, os capítulos são denominados de episódios, uma vez que são mais curtos e periódicos, além do fato de que o seu tempo de publicação é relativamente grande, sendo necessário o desenvolvimento de narrativas mais longas (PYO, JANG & YOON, 2019, p. 93).

Com o advento da Web 2.0, páginas web que inicialmente eram pensadas para serem lançadas por um único usuário perdem lentamente seu espaço para ambientes colaborativos, fomentados pelo caráter participativo dos usuários no que diz respeito à modificação e à atualização de seu conteúdo (KAPLAN & HAENLEIN, 2010, p. 60-61). Foi nesse contexto que surgiram redes colaborativas, nas quais organizações e usuários se unem de forma simbiótica para gerar um determinado produto ou serviço, dando origem também ao desenvolvimento de conteúdos digitais concebidos diretamente pelos usuários (ROMERO & MOLINA, 2011).

Neste cenário de produção coletiva e de sujeitos *prosumers*³, então, surgem as plataformas de *webtoons* que, por sua vez, se conformam como um espaço atrativo e acessível para que tanto artistas profissionais quanto amadores tenham oportunidade de produzir e de publicar suas obras (JANG & SONG, 2017).

³ Por *prosumers* observa-se uma redução na linha que divide produtores e consumidores, fazendo referência aos sujeitos contemporâneos que hoje, para além de consumidores, também produzem conteúdos multimodais que circulam na rede (TOFFLER, 1981).

Mais além, as citadas plataformas são responsáveis por reunir *webtoons* de múltiplos autores em um único endereço *online*, impulsionando a visibilidade e a popularidade de suas obras. Além disso, elas estimulam o engajamento dos leitores, uma vez que propiciam um ambiente interativo, inclusive, ao abrir uma seção de comentários ao final de cada episódio para que os usuários possam expressar suas considerações a respeito dos quadrinhos lidos. Esse aspecto é interessante, inclusive, por permitir que autores possam ler as opiniões de fãs, levando-os, muitas vezes, a refletir e a redirecionar o andamento de suas histórias com base nelas (JANG & SONG, 2017, p. 179). Ademais, ressalta-se que, nesse sentido, os *webtoons*, aproximando-se das lógicas das mídias sociais atuais, também permitem o surgimento de um espaço de socialização propício para a interação entre usuários e, mais além, viabilizam outras formas de produção, seja por meio dos citados comentários ou mesmo pela produção de fãs que se revertem nas traduções dessas *comics*.

Embora na Coreia quadrinhos digitais sejam comumente chamados de *webtoons*, em noções mais amplas, eles se diferenciam de *webcomics* comuns, pois essas são normalmente vistas apenas como versões digitais de quadrinhos impressos, além de não apresentarem os traços característicos das produções feitas no modelo *webtoon* (JIN, 2015), tal como os recursos interativos, a diagramação quadro a quadro para leitura vertical a partir da barra de rolagem, entre outros.

De acordo com a entrevista feita por Jin (2019) com o famoso *webtoonista* Yoon Tae Ho⁴, os *webtoons* eram inicialmente feitos para serem lidos em computadores, mas com a popularização dos *smartphones* e de outros dispositivos ubíquos, essa indústria passou por uma fase de grande crescimento e difusão tanto na Coreia quanto em outras regiões do mundo. Além disso, a chamada “*snack culture*” coreana, isto é, o consumo de informação e de conteúdos culturais em um curto período de tempo, sem que haja o engajamento em uma leitura profunda, fez com que os *webtoons* fossem rapidamente aceitos na dinâmica da era digital, por se tratarem de leituras rápidas e de fácil acesso em dispositivos móveis (JANG & SONG, 2017). Segundo Park (2020), os *webtoons* estão emergindo como o próximo maior formato de entretenimento depois dos *streamings* de vídeo e já são considerados o segundo tipo

⁴ Nascido em 1969, o autor possui séries populares de *webtoon*, tais como *Misaeng* (2012–2013) e *Moss* (*Ikki*, 2008–2009), sendo que suas obras foram inclusive transformadas em filmes, novelas e jogos. Fundou sua própria companhia de *webtoons*, *Nulook Media*, e já foi presidente da Associação de Cartunistas Coreana em 2018 (JIN, 2019, p.2216-2217).

de passatempo mais popular entre os coreanos, sendo que eles vêm ganhando ainda mais espaço e popularidade no meio internacional, com um grande potencial de, até mesmo, ultrapassarem o mercado de quadrinhos impressos.

Tal como visiona Tapscott Don (1997, p. 105) em seu livro, a globalização⁵ tem se expandido com o advento das atuais tecnologias, fazendo com que o novo cenário geopolítico sinta, cada vez mais, a demanda por negócios globais capazes de atender aos diferentes tipos de usuários no ambiente virtual. É nesse contexto de difusão de várias culturas através da internet, que a chamada Onda Coreana, também conhecida como *Hallyu*, intensificou sua propagação em países de língua chinesa e depois no resto do mundo, sendo, inclusive, incentivada e financiada pelo próprio Governo Coreano (SANTOS, 2017). Nesse sentido, graças à troca cultural já estimulada por países como China, Taiwan, Vietnã e Japão em relação à porção ocidental do globo, a Onda Coreana encontrou espaço para se expandir e estabelecer seu *soft power* (NYE, 2008) no planeta, levando pessoas de diversas nacionalidades a consumirem a cultura e os produtos coreanos, dentre eles, os *webtoons* (YECIES, YANG & LU, 2020, p.3). Inclusive, no que diz respeito a essas produções culturais, o Governo Coreano projeta a figura desses quadrinhos como o centro da futura Onda Coreana 3.0, com potencial suficiente para gerar riquezas, empregos e agregar valor às indústrias criativas do país (KIM & YU, 2019, p.5).

Devido a esse cenário multicultural e ao fato do mercado interno coreano de *webtoons* se encontrar relativamente saturado (JIN, 2019, p. 2222), dois dos maiores portais da Coreia do Sul, Naver⁶ e Daum⁷, passaram a oferecer *webtoons* em inglês a partir de 2014 e, posteriormente, introduziram a localização⁸ desses quadrinhos também em outros idiomas (JANG & SONG, 2017, p. 180). Desde então, as distribuidoras de *webtoons* vêm direcionando seu mercado ao público internacional, incentivando artistas locais a lançarem suas próprias obras como uma forma de, além

⁵ Considera-se a globalização como a propagação e a intensificação das relações econômicas, sociais e culturais para além das fronteiras geográficas (JACKSON & SORENSEN, 2013, p. 196).

⁶ Portal web lançado na Coreia do Sul em 1999 com motor de busca próprio e que oferece múltiplos serviços de internet, dentre eles, um espaço para leitura de *webtoons*. Disponível em <<https://www.naver.com/>>.

⁷ Primeiro portal web lançado na Coreia do Sul em 1997 e que oferece múltiplos serviços de internet, dentre eles, um espaço para leitura de *webtoons*. Disponível em <<https://m.daum.net/>>.

⁸ Neste trabalho, entende-se localização como a prática de modificar mídias estrangeiras para se adaptarem às audiências locais de alguma forma (O'HAGAN & ASHWORTH, 2002, p.12).

da simples tradução de *webtoons* coreanos, proporcionar a glocalização⁹ dessas *comics* e o desenvolvimento de histórias que reflitam as várias realidades culturais de seus autores (PYO, JANG & YOON, 2019, p. 93-94).

Conforme ilustra Jenkins (2008, p. 171), a *web* se tornou um local de intensificação da participação do consumidor, permitindo que as práticas das comunidades de fãs, antes realizadas fora do radar das indústrias midiáticas, passassem a ocupar um espaço de destaque na ambiência digital. Sob essa ótica, Jang e Song (2017) ressaltam que a participação de fãs quanto a tradução e a disseminação de *webtoons* ocorreu bem antes que essas plataformas começassem a oferecer oficialmente seus serviços ao público internacional.

Nesse contexto, para as obras cujas localizações oficiais não conseguem acompanhar a demanda global, nota-se o surgimento de traduções e de distribuições de quadrinhos clandestinamente por meio de grupos de fãs-tradutores denominados *scanlators*, termo formado pela união das palavras *scan* e *translation* (HIRATA & GUSHIKEN, 2016). Por outro lado, esse cenário fez com que a plataforma da Naver, *Line Webtoon*, além de oferecer obras em vários idiomas, lançasse um serviço intitulado *Webtoon Translate*, espaço que permite que fãs do mundo inteiro possam publicar traduções não-oficiais de alguns dos *webtoons* licenciados por essa distribuidora (YECIES, YANG & LU, 2020, p.7). Essa iniciativa, para além de uma mudança no modelo de negócio consolidado pela cultura de massas, sinaliza um ambiente inédito de diversificação de *webtoons* em múltiplas línguas, tendo agora a participação dos fãs reconhecida de maneira legítima.

No Brasil, o negócio de quadrinhos, embora por vezes esquecido pelas instituições nacionais, vem ganhando cada vez mais espaço no mercado editorial brasileiro. De acordo com Presser (2020), embora este setor esteja crescendo lentamente desde 1950 no Brasil, organizações como o SEBRAE já vem notando o potencial lucrativo dessa indústria. Ademais, dados obtidos pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) em 2020 também salientam uma mudança no cenário social brasileiro extremamente positivo para a difusão de *webtoons* no país, uma vez que são pensados para serem lidos principalmente em celulares: Isto é, 99% dos usuários brasileiros da internet a

⁹ *Glocalization can be defined as the intersection of regional tendencies with global characteristics and by the simultaneity of both universalizing and particularizing tendencies* (JANG & SONG, 2017, p. 171).

acessam por meio de celulares, sendo 58% aqueles que usam exclusivamente esse dispositivo. A pesquisa igualmente expõe que esses aparelhos digitais são o meio mais usado no Brasil para se ter acesso à *World Wide Web*. Ademais, considerou-se que 152 milhões de brasileiros, representando 81% da população, são usuários da internet e que esse valor teve um crescimento de 7%, quando comparado a 2019.

Serviços de *Crowdfunding* e *Crowdsourcing* também vem criando oportunidades para quadrinistas no país. O primeiro se caracteriza por serviços de financiamento coletivo, tais como o site Catarse, no qual artistas buscam arrecadar capital suficiente para lançarem suas obras de forma independente. Enquanto que o segundo é o mais atrativo para artistas digitais, pois é um sistema mediado por plataforma, no qual várias pessoas podem apoiar uma determinada obra com valores periódicos para que o artista possa trabalhar de forma contínua (PRESSER, 2020, p. 99). Por exemplo, em 2016, a *Line Webtoon* permitiu que autores não contratados por ela pudessem inserir em seus quadrinhos a opção de *crowdsourcing* do serviço Patreon para receberem o apoio financeiro dos fãs em suas produções (KIM & YU, 2019, p.7). É nesse contexto que muitos brasileiros, tanto artistas quanto leitores, vêm aderindo ao modelo *webtoon* e se inserindo nesse meio cultural.

No âmbito mais social e menos artístico, o contato com os *webtoons* possibilita uma relativa aprendizagem de questões interculturais, uma vez que a possibilidade de serem produzidos por artistas do mundo inteiro e de refletirem múltiplas culturas permite que os leitores tenham acesso a várias realidades étnico-sociais (RODRIGUES & DE SOUZA, 2019). No caso da Onda Coreana propagada por essas *comics*, os consumidores acabam por conhecer várias narrativas inseridas no contexto e no estilo de vida coreano, permitindo que eles tenham mais familiaridade e interesse pela cultura desse país. Para que os usuários da *web* possam ter acesso a essas diferentes realidades, distribuidoras oficiais de *webtoons* e grupos de fãs se propõem a difundir essas obras por meio de traduções, fato que também eleva a quantidade de conteúdos multilíngues circulando no meio digital.

Diante do contexto exposto, então, o presente trabalho buscou mapear plataformas de distribuição de *webtoons* no Brasil, identificando a importância da cultura participativa e da cultura de fãs para a promoção do multilinguismo no contexto dessa indústria. De outra forma, essa pesquisa se propôs a analisar como a Onda Coreana, a partir do universo dos *webtoons* e do contexto da globalização intensamente impulsionada pelo meio digital, proporcionou a existência de conteúdos

cada vez mais multilíngues para atender o público mundial, em especial o brasileiro. Com o intuito de alcançar esse objetivo, foi realizado um mapeamento das distribuidoras de *webtoons* disponíveis para o consumo dos brasileiros e depois identificado de que forma os fãs no Brasil consomem os *webtoons* disponíveis em português, para, enfim, analisar a importância da cultura participativa de fãs na promoção do multilinguismo.

Destaca-se que, por se tratar de uma questão contemporânea e voltada a um mercado cultural ainda visto como de nicho, identificou-se, a partir de uma etapa exploratória de revisão de literatura, que poucos são os estudos sobre o tema, expondo, assim, a relevância desta discussão. Ademais, tratando-se de um meio de entretenimento que ultrapassa barreiras territoriais e culturais, nota-se a importância de compreender quais são os impactos gerados por esses produtos sobre o tecido social mais amplamente e, sobretudo, no que se refere à promoção do multilinguismo.

Do ponto de vista metodológico, a presente investigação de abordagem dedutiva e perspectiva exploratória-descritiva-explicativa tomou como arcabouço teórico autores como Pierre Lévy (2003), Manuel Castells (2003), Armand Mattelart (2002), Henry Jenkins (1992; 2006; 2008; 2014) e David Crystal (2003), uma vez que tratam de conceitos tais como inteligência coletiva, comunidades virtuais, sociedade da informação, cultura da convergência, cultura participativa, cultura da conexão e cultura de fãs, além da discussão do inglês como língua global, respectivamente. Ressalta-se ainda que grande parte das reflexões sociolinguísticas referentes ao multilinguismo no meio digital tomaram como base os livros *The Multilingual Internet Language, Culture, and Communication Online* de Brenda Danet e Susan C. Herring (2007), e também o *The Handbook of Language and Globalization*, de Nikolas Coupland (2012). Além disso, observou-se, no que se refere às políticas econômicas de promoção do multilinguismo, o artigo *From Englishization to imposed multilingualism: Globalization, the Internet, and the political economy of the linguistic code*, de Daniel Dor (2004). Finalmente, por se tratar de um tema muito recente e pouco explorado, as discussões relacionadas aos *webtoons* foram pautadas em artigos recentes de autores diversos.

A CONCEPÇÃO DA PESQUISA: ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Para dar seguimento às questões mais práticas da metodologia desta pesquisa, viu-se a necessidade de entender de que forma os conceitos levantados para esta

discussão conversam com o tema/recorte da pesquisa. A compreensão prévia de como as concepções teóricas estabelecem diálogo com o contexto da investigação permitiu o desenvolvimento de discussões mais adensadas nas etapas subseqüentes deste trabalho, onde foram apresentados dados referentes às *webtoons* disponíveis em língua portuguesa, obtidos por meio de uma investigação exploratória.

Sendo assim, o sentido da expressão convergência, neste artigo, segue a perspectiva de Jenkins (2008, p. 22) que, por sua vez, a interpreta como uma transformação cultural, instaurada à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Esses consumidores foram trabalhados neste artigo, principalmente, sob o ponto de vista dos fãs de *webtoons*, tanto aqueles que assumem uma postura de exclusiva de leitores, quanto aqueles mais participativos na propagação e na divulgação dessas obras. Por fãs, exclui-se a conotação negativa da palavra e de suas práticas sociais ditas, muitas vezes, "obsessivas" e "exageradas", considerando esses indivíduos apenas como um grupo de pessoas devotas a fomentar e a consumir produtos ligados aos seus gostos em comum (JENKINS, 1992). A pesquisa usou como recorte a figura dos fãs devido a sua postura de insatisfação e de antagonismo em relação às produções midiáticas que consomem quando estas não atingem seus desejos e expectativas, fazendo com que eles percebam potencialidades não exploradas da cultura popular e busquem ampliar a participação da audiência a sua maneira (JENKINS, 1992; 2008).

Unindo esse fenômeno citado às discussões sociolinguísticas, a existência de fãs de *webtoons* de múltiplas nacionalidades e a falta do licenciamento dessas *comics* por editoras estrangeiras viabilizou o *scanlating*, prática social em que um indivíduo ou um grupo de pessoas assume a iniciativa de traduzir, de copiar, de editar e de distribuir gratuitamente, entre os demais fãs, os quadrinhos que antes só existiam em seus idiomas de origem (HIRATA & GUSHIKEN, 2016). Isso revela que, quando as distribuidoras de *webtoons* falham em identificar o valor social proporcionado pelo multilinguismo (SKUTNABB-KANGAS & PHILLIPSON, 2010, p. 90-91), os consumidores globais desse produto cultural não aceitam tal posicionamento linguisticamente não democrático e decidem assumir a posição de fãs *prossumidores*, prontos para preencher as lacunas desse mercado no que tange as traduções. Ao assumirem uma postura participativa de produzir conteúdos traduzidos, surge, então, um novo consumidor de *webtoons*, agora, atuando também como intermediário

cultural, sob uma perspectiva linguística. Isso porque esses fãs assumem o papel de produzir as traduções desses quadrinhos com o intuito de transmiti-los a um determinado público, que, no contexto dessa pesquisa, são os fãs brasileiros de *webtoons* sem conhecimento de uma língua estrangeira. Sobre essa questão, Hirata & Gushiken (2016, p. 135) destacam que presentear os leitores com um trabalho feito por fãs é um gesto que fortalece o sentimento de coletividade possibilitado pela Internet, através das quais os *scanlators* formam suas equipes, ou seja, fãs que possuem maiores habilidades na tradução ajudam aqueles que não têm ou não conhecem de maneira suficiente outros idiomas.

Sobre essa questão, destaca-se que a ideia de tornar conteúdos mais acessíveis na ambiência digital, em um primeiro momento, pode ser visto negativamente pelas plataformas desses quadrinhos sob o ponto de vista mercantil, uma vez que esse fenômeno pode impedir que as indústrias criativas coreanas se beneficiem da crescente popularidade dos *webtoons* em função da pirataria dessas obras (JIN, 2015, p. 61). Por um outro lado, a existência de conteúdos em vários idiomas promovidos pelos próprios internautas confronta, em parte, a visão do inglês como língua global na internet e da possível diminuição da diversidade linguística em detrimento desse idioma (CRYSTAL, 2003). Isso porque, se o ambiente digital permitirá a diminuição ou impulsionamento da diversidade linguística, isso dependerá das motivações humanas. Sobre essa questão, Pool (2010, p. 142) afirma que quanto mais a população mundial quiser promover o multilinguismo e os falantes nativos fizerem um esforço para manter suas línguas vivas, mais esses indivíduos precisam ser capazes de explorar as tecnologias de informação e de comunicação a seu favor.

Nas comunidades virtuais de fãs, que prezam pela liberdade de livre expressão e se propõem a produzir e a divulgar qualquer informação que seja relevante para esses grupos (CASTELLS, 2003), a tentativa de simular o trabalho de profissionais, assumindo papéis de tradutores, designers e administradores de sites (HIRATA & GUSHIKEN, 2016, p.130) permite a união de saberes para gerar um produto final, neste caso, *comics* traduzidas. A partir de uma perspectiva denominada por Pierre Lévy (2003) de inteligência coletiva, os fãs, através de *fandoms*¹⁰, conseguem se apoiar e desenvolver suas comunidades para além da esfera formal da indústria de

¹⁰ Grupo de fãs entusiastas que consomem de forma ativa um produto em comum (JENKINS, 1992).

webtoons, produzindo e distribuindo uma grande quantidade e variedade de obras dispostas em idiomas diversos.

Frente ao referencial teórico exposto, o artigo, do ponto de vista metodológico partiu de uma abordagem dedutiva e de uma perspectiva exploratória-descritiva-explicativa, sendo que, primeiramente, foi feita uma etapa exploratória que, por sua vez, se dividiu em duas etapas. Na primeira, foram levantados, a partir da base de dados do Google Acadêmico, as pesquisas já realizadas sobre o tema desse trabalho. Na segunda, construiu-se uma planilha de dados que, então, colaborou com a construção de um mapa mental que sistematizou o levantamento das plataformas de *webtoons* no Brasil a partir de alguns critérios definidos.

No que se refere à revisão de literatura, destaca-se que a base de dados eleita foi, como já destacado, a Google Acadêmico, onde foram usadas as seguintes palavras-chaves para as buscas: “*webtoon*”, “*comics*”, “*copyright*”, “*piracy*”, “*scanlator*”, “*fan translation*”, “*translation*”, “*korean wave*” e “*multilinguism*”. Ademais, delimitou-se as buscas por artigos publicados, especialmente, em língua inglesa e portuguesa, contando com alguns em espanhol, sendo que foi dada uma prioridade para estudos a partir do ano 2000.

Nesse levantamento, foi identificado que muitos dos autores discutem sobre como essas obras vêm sendo aceitas numa escala internacional devido ao seu caráter digital de fácil acesso. Além disso, alguns desses artigos destacaram o serviço de tradução *Webtoon Translate* e a postura que leitores-tradutores de *webtoons* assumem como *prosumers* e intermediários culturais ao promoverem globalmente esses quadrinhos na plataforma da *Naver*. Com o intuito de sistematizar o levantamento realizado, optou-se por elaborar uma planilha no Excel¹¹, contendo alguns dados essenciais dos artigos lidos, como, por exemplo, o ano de publicação, resumo, palavras-chaves, além dos principais referenciais teóricos, dentre outras informações que facilitassem a revisão dos textos de forma mais direcionada e que também permitisse o reconhecimento do estado da arte das pesquisas nesse campo.

Posteriormente, foi feito um mapa mental no Miro¹² contendo todas as distribuidoras disponíveis para a leitura de *webtoons* em português, logo, acessíveis

¹¹ Acesso à planilha com artigos levantados pela autora em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vorBS_J_Yovk1jBe0fFiHsYHbP1ejJL2/edit?usp=sharing&oid=110898166793215703511&rtpof=true&sd=true>.

¹² Acesso ao mapa mental criado pela autora em <https://miro.com/app/board/uXjVOS8Uy1A=?invite_link_id=786694815149>.

para os brasileiros sob o ponto de vista linguístico. Para esse estudo, foi escolhido esse idioma como amostra, uma vez que ele é menos comercial quando comparado ao inglês e devido a conveniência de ser a primeira língua da autora deste artigo, além de ser a língua de interesse ao recorte da pesquisa, isto é, o Brasil. Para identificar quantitativamente e qualitativamente quais plataformas oficiais de *webtoons* dispõem de obras em língua portuguesa, foi feito um levantamento no banco de dados do *Google Play*, tendo em vista a facilidade de acesso ao seu conteúdo. Isso porque, por compreender que o aumento no uso da internet e dos *smartphones* afluíram a indústria de *webtoons* (LYNN, 2016), e que os artigos, referentes a essas *comics*, analisados para a elaboração deste trabalho evidenciam a presença de celulares como o principal dispositivo de leitura desse tipo de quadrinho, pressupõe-se que as plataformas de *webtoons* oferecem suporte para leitura *mobile* mediante aplicativos. Ademais, Jang e Song (2017, p. 13) afirmam em seu artigo que *webtoons* coreanos populares já estão sendo oferecidos na internet e em plataformas *mobile* nas línguas locais de diversos países. Por essa razão, o mapeamento das plataformas partiu do pressuposto de que as lojas da Google Play e/ou da Apple Store são fontes confiáveis para identificá-las.

Embora o mérito do inglês como uma língua tida global tenha sido questionado neste trabalho, a coleta de dados desta pesquisa partiu do pressuposto defendido por Crystal (2003), no qual o inglês atua como um veículo de acesso a comunidades globais na internet. Isso porque muitas empresas de países não-falantes de inglês também partem desta ideia e, assim, lançam suas páginas web e serviços na língua inglesa como forma de alcançar um público internacional. Apesar de que essa ideia esteja lentamente se diluindo frente à presença de internautas do mundo inteiro interagindo de forma ativa na Web 2.0 em seus idiomas nativos, a predominância do uso do inglês como língua franca e alternativa global para se ter acesso aos *webtoons*, fez com que o mapeamento tivesse como ponto de partida todas as plataformas que oferecessem opções de leitura nesse idioma também. Depois de assinaladas as plataformas globais de *webtoons*, foi feito um afinamento das pesquisas, identificando quais delas ofereciam também opções de tradução para o português. Os achados dessa segunda etapa da investigação foram sintetizados em uma planilha¹³ e serão descritos nos tópicos seguintes.

¹³ Acesso à planilha com distribuidoras licenciadas que ofertam *webtoons* em português em <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/186NEhNNPOMhVGv4HgZYXAnjDoXvTSXp3/edit?usp=sharing&oid=110898166793215703511&rtpof=true&sd=true>>

Após identificados os meios legais de distribuição de *webtoons*, procurou-se observar o quanto essa língua tem presença no mercado de tradução dessas *comics* para então estabelecer uma relação comparativa entre quais meios, oficiais e não oficiais, os brasileiros têm maior acesso a esses quadrinhos. Para isso, também foram usados dados coletados por meio da ferramenta SimilarWeb¹⁴, que traz diversas informações sobre o tráfego de usuários em sites. Depois de adquiridas as informações necessárias e revisada as literaturas relacionadas a essa discussão, foi feita então uma análise focada na contribuição que a postura participativa dos fãs de *webtoons* tem gerado para a promoção do multilinguismo no meio digital. Deve-se ressaltar que a internet possibilitou a quebra no polo de emissão e permitiu a manifestação mais intensificada da cultura participativa de fãs, levando esses indivíduos a ocuparem tanto uma parcela formal quanto informal do mercado de *webtoons*, o que, de alguma forma, vem tensionando o campo no que se refere às questões éticas, ponto que não será discutido no presente trabalho.

MAPEANDO O CENÁRIO DE DISTRIBUIÇÃO DE WEBTOONS NO BRASIL

Com o intuito de entender até que ponto os fornecedores oficiais de *webtoons* conseguem atender o público brasileiro, apresenta-se a seguir o mapeamento de todas as distribuidoras licenciadas que disponibilizam esses quadrinhos em língua portuguesa. Em seguida, também são apresentadas as fontes de acesso aos *webtoons* de forma não-licenciada, em sua maioria, providas pelos grupos de *scans* já citados anteriormente. Com base nesses dados, buscou-se então adentrar em discussões referentes à relevância desses meios alternativos para o acesso dos fãs transculturais aos *webtoons* e para o desenvolvimento de uma internet mais diversificada linguisticamente.

Dito isso, para mapear as plataformas de *webtoons*, foi necessário primeiro compreendê-las. De acordo com Gillespie (2010), o sentido computacional deste termo refere-se a uma infraestrutura que engloba tanto o *design* quanto o uso de certos aplicativos, sejam eles *hardwares*, sistemas operacionais, dispositivos para jogos ou para celulares, entre outros. Sob o ponto de vista mais social e mercadológico, a definição de Dijck (2013) descreve com mais detalhes, definindo as plataformas

¹⁴ Ferramenta de análise e de mineração de dados de websites fundada em 2009 pela SimilarWeb Ltd. A pesquisa deste artigo foi feita com base na sua versão de teste grátis não-pago. Disponível em <<https://www.similarweb.com/pt/>>.

como construções tecno-culturais e como estruturas socioeconômicas implementadas por mídias, que combinam tecnologia, conteúdo, uso e usuários, propriedade, governança e modelos econômicos.

Nesse sentido, no que se refere às plataformas de distribuição de *webtoons*, observa-se que elas funcionam como um eixo central, assim como um mediador que gerencia as relações de vários outros agentes dessa indústria, sejam eles os quadrinistas, os tradutores ou o público, por exemplo. Segundo Lynn (2016), esse modelo também gera uma redução de custos e de riscos, permitindo a incubação de novos artistas e facilitando a diversidade de conteúdos, por exemplo. O autor também associa as plataformas de *webtoons* a um "panóptico", no sentido de que esses portais atuam de forma semelhante ao "único vigilante", observando a todos que, por sua vez, não teriam consciência de que estão sendo vigiados.

O tópico a seguir mostra um levantamento da quantidade de *webtoons* encontrados legalmente em plataformas digitais e também em editoras brasileiras, dentre elas a NewPop, Panini, JBC e Conrad, para compreender como se dá a oferta formal desses quadrinhos ao público brasileiro. Com base nesses dados, foi feita uma análise sobre a participação do público transcultural dentro dessas plataformas digitais apresentadas. O intuito da investigação feita foi de estabelecer uma relação comparativa entre a quantidade de obras disponíveis por meios legais e não-legais dispersos na internet, para averiguar se a postura participativa de fãs, de fato, permite um maior acesso dos fãs brasileiros a essas obras.

1. Licenciadas

Tabela 1 - Quantidade de *webtoons* em português em distribuidoras licenciadas encontrada no período de 02/02/2022 a 21/02/2022.

Distribuidoras	Editoras Brasileiras	Social Comics	Line Webtoon	Tapas	Toomics	Lalatoon	MangaToon	ToryComics	WEBTOON TRANSLATE	TOTAL
Número de Títulos	12	1	x	x	232	68	x	38	94	445

Fonte: Autora (2022)

Apesar da tímida quantia de 12 títulos de *webtoons* ofertados por editoras brasileiras, pode-se considerar que esse mercado vem ganhando espaço aos poucos junto aos brasileiros. Tal afirmativa respalda-se no fato de que a maioria deles começou a ser publicado posteriormente a 2020, mostrando um crescimento de 300%

nos últimos dois anos, principalmente por parte da NewPop, que assume a liderança desse mercado no Brasil. Vale ressaltar que todas essas editoras já são conhecidas no que se refere ao setor de *mangás*¹⁵ que, por sua vez, está intrinsecamente relacionado à indústria de *webtoons* no que tange o seu público. Isso porque os fãs previamente admiradores da cultura japonesa são mais propensos a gostarem da cultura coreana (SANTOS, 2017, p.61). Além disso, o crescimento na quantidade de títulos pode ser visto como uma consequência da postura participativa de fãs, semelhante ao que aconteceu com o *fansubbing*¹⁶, no qual distribuidoras japonesas perceberam a força do mercado consumidor estrangeiro graças ao compartilhamento pirata de animes (JENKINS, 2008, p.207). No contexto dos *webtoons*, as editoras vêm notando sua popularidade graças ao crescente aumento no número de fãs desse tipo de quadrinho, consequência das traduções fornecidas pelas *scanlators* (JANG & SONG, 2018, p. 170). Esse fenômeno revela a importância que os fãs assumem, inclusive, para a fomentação da diversidade linguística na indústria formal dessas *comics*.

No que diz respeito aos valores quantitativos encontrados nas plataformas, deve-se levantar algumas observações. *Line Webtoon* e *Tapas* não apresentam um resultado numérico uma vez que todos os *webtoons* encontrados foram publicados de forma autônoma por artistas brasileiros e que a ausência de marcadores para a filtragem da busca por idioma tornou a listagem inviável. Quanto ao *MangaToon*, optou-se por não contabilizar o número de títulos disponíveis devido à presença de obras aparentemente não licenciadas, o que geraria o risco de levantar um resultado impreciso e não-confiável. A quantia encontrada na *Webtoon Translate* inclui *webtoons* que possuem traduções completas e incompletas, sendo que essa diferenciação é feita por meio de porcentagens de progresso presentes na página principal de cada obra encontrada neste serviço. Contudo, esse valor apenas indica o quanto o conteúdo disponível para tradução foi traduzido, não sendo possível afirmar que a obra completa está disponível no idioma desejado. Já os *webtoons* encontrados na *ToryComics* foram analisados com base nos episódios gratuitos disponíveis em seu portal. Considerando que as traduções dessa plataforma são também feitas por fãs, não é possível concluir que as obras encontradas foram completamente

¹⁵ Histórias em quadrinhos japonesas.

¹⁶ Tradução e legendagem amadora feita por fãs de mídias audiovisuais.

traduzidas, uma vez que, diferentemente da *Webtoon Translate*, essa plataforma não sinaliza o progresso da tradução. Por fim, os dados encontrados pela Toomics e pela Lalatoon se mostraram os mais fidedignos para análise, visto que se tratam de traduções oficiais e, portanto, todas as obras encontradas em português estavam devidamente traduzidas. Em termos informativos, dentre os 232 títulos encontrados na Toomics, 102 eram de conteúdo livre, enquanto que os outros 130 foram identificados como conteúdo adulto.

Toomics, Lalatoon e Mangatoon são plataformas convencionais de *webtoons*, contando com um catálogo relativamente vasto e pago, sendo as transações feitas por meio de assinatura ou pela compra de episódios. Todas as três se destacam por oferecer uma cobertura completa de seu serviço em português, tanto no que diz respeito ao seu conteúdo quanto ao idioma do site e do aplicativo *mobile* em si. Já a Social Comics é uma plataforma nacional de quadrinhos digitais lançada em 2015 e desenvolvida pela empresa Eleven Dragons Entretenimento, na qual:

“Os usuários pagam uma taxa de assinatura para terem à disposição um banco de dados de quadrinhos bem variados – para o quadrinista, a vantagem está em poder se inscrever como provedor de material desse banco de dados sem nenhuma taxa; o incentivo financeiro retorna de acordo com a performance da criação do artista no aplicativo: uma vez lida por um assinante, a página é contabilizada como “página lida” para o seu detentor na plataforma e, assim, monetizada.” (DE ALMEIDA, 2018, p.236)

Embora a pesquisa tenha identificado a presença de apenas um *webtoon*, intitulado “Um Homem Estranho”, nessa distribuidora, fez-se relevante incluí-la na pesquisa por ser brasileira e devido à possibilidade de que ela ofereça novos títulos futuramente.

No caso das plataformas *Line Webtoon* e Tapas, embora não ofereçam traduções oficiais em português, elas permitem que quadrinistas do mundo inteiro produzam *webtoons* em seus próprios idiomas e publiquem no espaço colaborativo de seus sites (PARK, 2019). Conforme dados apresentados por Park (2020), referentes a plataforma coreana Line Webtoon, que oferece localizações de *webtoons* em Inglês, Chinês, Tailandês, Indonésio, Japonês, Espanhol, Francês e Alemão, é possível notar um crescimento na diversidade de artistas transnacionais em função da abertura gradual de seu conteúdo para o público global. O gráfico a seguir mostra

a nacionalidade dos autores de *webtoons* encontrados na página da Line Webtoon de três idiomas diferentes:

Figura 1 - Localidade dos artistas no top 10 de títulos da Line Webtoon



Fonte: PARK, J. Y. 2020. Rise of webtoons presents opportunities in content providers, Disponível em: <https://securities.miraeasset.com/bbs/download/2073805.pdf?attachmentId=2073805>.

Esses dados revelam que a promoção do multilinguismo na indústria de *webtoons* não apenas insere um público mais diversificado culturalmente ao mercado consumidor dessas obras, mas também convida aos próprios artistas globais a fazerem parte desse ecossistema e a fomentar ainda mais a indústria. Tal como explica Jenkins (2008) em sua obra, a cultura participativa incentiva jovens autores a produzirem suas próprias histórias, como uma reação natural da cultura popular e também evidencia que aqueles produtores que não souberem aproveitar todo o potencial promovido pela postura colaborativa de seus usuários enfrentarão uma clientela declinante e conseqüente diminuição de lucros. A promoção do multiculturalismo e do multilinguismo na indústria de *webtoons*, portanto, se mostra tanto como uma oportunidade para artistas de *webtoons*, também fãs desse tipo de produção cultural, quanto para empresas interessadas em expandir o seu negócio.

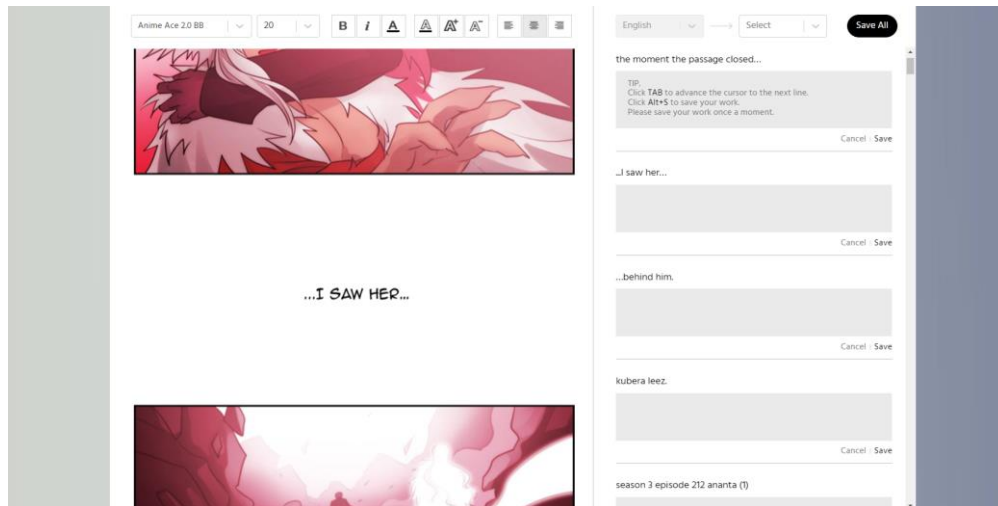
Nesse sentido, observa-se um alinhamento entre a localização de *webtoons* e o discurso de Daniel Dor (2004) em seu artigo, no qual a aparente imposição do inglês ilustrada por Crystal (2003) por vezes acaba por se tornar a imposição do multilinguismo dentro de relações comerciais, uma vez que a língua é vista como uma *commodity* a ser vendida ou uma ferramenta de intermediação em negociações. Dito isso, a existência de um vasto mercado consumidor multilíngue faz com que empresas naturalmente busquem atender as demandas linguísticas para incorporar uma maior clientela, gerando uma relativa união de interesses entre as grandes corporações e o

público global interessado em consumir *webtoons* em suas línguas nativas. De outra forma, considerando que as traduções são um desejo e uma necessidade dos fãs internacionais, e, portanto, continuarão a existir mesmo que de forma clandestina, cabe aos empresários escolher entre adaptarem-se e beneficiarem-se dessa realidade ou perderem seus lucros ao não atenderem às demandas globais.

Nesse cenário, destaca-se, então, uma esfera mais inovadora e experimental das plataformas de *webtoons*, a plataforma ToryComics e o serviço oferecido pela *Line Webtoon*, conhecido como *Webtoon Translate*, que oferecem um importante espaço para o estímulo e para o reconhecimento dos fãs participativos. Apesar da primeira apresentar um conteúdo relativamente pago por meio da compra de episódios, ela dispõe de um serviço de tradução colaborativa em 17 idiomas pré-definidos, entre eles o português. Embora seja observado que esse portal apresenta uma tecnologia relativamente rudimentar, viu-se necessário mencioná-lo nessa pesquisa devido sua similaridade em relação à *Webtoon Translate*, no que tange a tentativa de fazer uso da cultura participativa de fãs para a difusão multilíngue dos *webtoons* em um ambiente formal.

O serviço lançado pela plataforma da Naver, por sua vez, convida tradutores voluntários não-oficiais e de forma não-remunerada a traduzirem alguns *webtoons* selecionados pela própria plataforma em até 32 línguas pré-definidas. Nele, fãs podem encontrar séries que precisam de tradução e são capazes de, até mesmo, conversar com demais tradutores em fóruns de discussão ligados ao serviço, trocando informações e fazendo perguntas diversas, incluindo questões técnicas de tradução (YECIES, YANG & LU, 2020). Para os colaboradores, destaca-se o perfil de cada usuário responsável pela tradução ao final do episódio como forma de garantir os créditos pelo seu trabalho. Outro ponto positivo desse serviço é que a *Line Webtoon* incentiva os interessados por meio de um discurso no qual tradutores habilidosos podem, inclusive, ser contratados oficialmente pela plataforma a depender de seu rendimento e da qualidade de suas traduções. Entretanto, a interface do site principal da *Webtoon Translate* em si é apresentada apenas em inglês, embora ofereça opções de tradução em diversas línguas.

Figura 2 - Exemplo da tecnologia de tradução colaborativa no site da *WEBTOON TRANSLATE*



Fonte: *WEBTOON TRANSLATE*. Disponível em: <<https://translate.webtoons.com/>>. Acesso em: 23/04/2022.

Mesmo no site da *Line Webtoon*, é possível encontrar, na página de cada obra passível de ser traduzida por fãs, a sinalização de que ela comporta opções adicionais de idiomas de leitura. Ao clicar no canto superior direito de cada episódio, nota-se a opção de alterar o idioma e, ao fazê-lo, o leitor é sinalizado de que está consumindo uma tradução não oficial. Uma outra consideração a ser feita é de que a *Line Webtoon* deleta obras já concluídas e as relança diariamente para incentivar os consumidores a comprarem moedas para desbloquearem os episódios antecipadamente. Como o serviço da *Webtoon Translate* também está atrelado ao principal, os episódios são igualmente apagados e relançados, mesmo que já tenham recebido uma tradução no seu lançamento anterior. Nesse caso, a tradução não se perde, mas o leitor precisa aguardar novamente o lançamento desses episódios.

Segundo dados obtidos por Yecies, Yang e Lu (2020) a intensa cultura participativa de fãs de *webtoons*, acolhidos pelo serviço de tradução colaborativa, levou a presença de 51.680 tradutores estrangeiros trabalhando em 84 séries por volta de meados de 2019. Fundamentalmente, os contribuidores deste serviço atuam da mesma forma que aqueles ativos em grupos de *scanlators*, contudo, a eles é dado formalmente o papel de *prosumers*, permitindo que esses sejam reconhecidos e valorizados dentro da indústria de *webtoons* (NAM & JUNG, 2021, p.5). Embora seja de conhecimento geral o importante papel que os fãs e suas traduções autônomas de *webtoons* exercem nas trocas culturais e na propagação da Onda Coreana (YECIES, YANG & LU, 2020, p. 7), aqueles que não fazem parte da esfera formal dessa indústria

são vistos como um empecilho para o crescimento desse mercado. Como prova disso, o Governo Coreano anunciou em 2008 um plano para continuar incentivando os quadrinistas de seu país, enquanto se compromete a identificar e erradicar práticas piratas neste setor (LYNN, 2016, p.10).

2. Não-licenciadas

Dentro do contexto da cultura da conexão, as informações se tornam cada vez mais dispersas na web, fazendo com que materiais sejam compartilhados de uma forma muito mais participativa e desorganizada (JENKINS, 2014, p.23). É inserido nesse cenário, que as culturas participativas de fãs têm acesso aos *webtoons* em seus dispositivos eletrônicos e decidem propagar esses quadrinhos por meio de traduções autônomas dentro de suas comunidades, atuando como se, inclusive, fossem donos desses conteúdos (LEE, 2012, p.137-138).

Dito isso, no espectro mais livre da internet, é possível encontrar *webtoons* por três vias. A primeira são os sites de *raw*, onde são disponibilizadas páginas dos quadrinhos escaneadas, porém sem qualquer tipo de intervenção digital na sua forma e no seu conteúdo (HIRATA & GUSHIKEN, 2016). Considerando que *webtoons* são produzidos digitalmente, o conceito se expande para a distribuição dessas *comics* em suas versões originais, comumente utilizadas por grupos de *scans*, que editam esse material para lançar suas traduções. A partir desse fenômeno, surge então a segunda fonte de acesso aos *webtoons* nas comunidades virtuais de fãs, os sites de *scans*, tais como páginas no Facebook ou em blogs, responsáveis por criar um espaço exclusivo para disponibilização dos quadrinhos e para permitir que aconteçam interações entre *scanlators* e leitores. Vale ressaltar que muitas dessas *scans* traduzem tanto *comics* japonesas quanto coreanas pelo motivo já comentado anteriormente neste trabalho.

Por fim, existem os leitores online, também chamados de “sites agregadores” por Hirata & Gushiken (2011), isto é, páginas que reúnem e distribuem quadrinhos traduzidos por diversos grupos de *scans*, com a autorização deles, sem que os leitores precisem fazer o download das páginas compactadas dos quadrinhos. Entretanto, existem sites que compartilham traduções sem a autorização das *scanlators* e que monetizam esse conteúdo ilegalmente. Quando descobertos, são comumente mal vistos pelas comunidades de fãs, que costumam se reunir para tirá-los do ar. Lee (2012) comenta que, apesar de serem o foco de políticas antipirataria, esses sites funcionam como bibliotecas públicas, onde é possível, inclusive, encontrar itens raros,

tais como obras não populares e que não receberiam a atenção de distribuidoras oficiais.

Mensurar a diversidade linguística é um trabalho extremamente complexo, principalmente na web, sendo que não existe uma medida amplamente utilizada em pesquisas neste campo para quantificar o multilinguismo no planeta (PAOLILLO, 2007, p.413-414). A partir desse pressuposto, optou-se por utilizar dados obtidos pela plataforma SimilarWeb na tentativa de vislumbrar a presença de internautas brasileiros em plataformas distribuidoras de *webtoons*, para, assim, verificar se os sites que oferecem traduções de fãs são, de fato, a principal opção de leitura desses indivíduos.

Figura 3 - Tráfego de usuários por região em plataformas licenciadas de *webtoons*



Fonte: SimilarWeb e tradução da autora. Acesso em 14/03/2022.

Figura 4 - Tráfego de usuários por região em leitores online e na *WEBTOON TRANSLATE*



Fonte: SimilarWeb e tradução da autora. Acesso em 14/03/2022.

Observando os resultados extraídos, primeiro deve-se considerar que os sites agregadores analisados tiveram seus nomes mantidos em anonimato para não comprometer seu funcionamento e que todos contém *comics* japonesas, chinesas e coreanas, sendo preciso levar em consideração que seu público não é exclusivamente de leitores de *webtoons*. Contudo, ainda é possível subentender que a maior parte dos fãs brasileiros desses quadrinhos frequentam esses sites ao invés dos portais de *webtoons* licenciados. Isso porque foi feita uma busca superficial usando o filtro “*webtoon*” em 3 leitores online distintos e encontrado um total de 539, 1536 e 2725 títulos, respectivamente, revelando uma clara discrepância em relação ao número de títulos disponibilizados de forma oficial, como apresentado anteriormente. Um outro dado relevante obtido por meio do SimilarWeb, que reflete a dimensão da popularidade desses sites clandestinos, foi referente aos “concorrentes e sites similares” das plataformas licenciadas, no qual observou-se que a grande maioria se tratava de sites agregadores.

De acordo com Almeida (2020), o intenso fluxo de informação gerado pela era digital e o fácil acesso aos conteúdos nativamente digitais fez com que as comunidades virtuais de fãs encontrassem um espaço fértil para que pudessem atender às demandas por informações que não eram ofertadas pela mídia de comunicação de massa. Para ele, a cultura de nicho encontrou os meios necessários para se fazer representada, já que na mídia tradicional havia pouco ou nenhum espaço para alguns desses grupos. Dessa forma, é possível inferir que a figura da *Scan*, de certa maneira, democratiza o acesso a informações que não seriam devidamente disseminadas se dependessem das traduções oferecidas pelas empresas oficiais de distribuição de *webtoons*. Ademais, deve-se entender que o surgimento das *scanlators* demonstra uma limitação no atual mercado global de distribuição de quadrinhos baseado em licenciamento no que diz respeito à velocidade de entrega, considerando que as *scans* lançam seu conteúdo quase que em tempo real e à diversidade de obras traduzidas oferecidas às audiências estrangeiras (LEE, 2012, p.140).

As comunidades virtuais de fãs, por estarem muito envolvidas afetivamente com o universo no qual estão inseridas, permite que desenvolvam conhecimentos mais profundos sobre seus interesses (JENKINS, 2006). No caso dos *webtoons*, que se tratam de produções culturais, os fãs acabam por aprender vários aspectos característicos das sociedades nas quais os quadrinhos se ambientam e isso permite

que suas traduções possam apresentar um grau considerável de credibilidade, visto que é necessário ter uma certa familiaridade com a cultura no qual as obras literárias se inserem para adaptá-las (HIRATA, 2012, p.83). Contudo, sob uma ótica oposta, pode-se levantar certas questões como as apresentadas por Toffler (1981): O quão articulados são esses fãs prosumidores? Estariam eles preparados para assumir esse trabalho? Suas habilidades sociais acrescentam ou não à sua competência? Deve-se, portanto, considerar que não é possível estabelecer parâmetros de controle de qualidade para as traduções desses grupos por se tratar de um trabalho de iniciativa livre, mas é preciso entender que também existem alguns fatores, como os levantados aqui, responsáveis por evidenciar o quanto o papel dos fãs como intermediários culturais agrega para a difusão de uma sociedade da informação mais multilíngue. Revolucionários como são, esses fãs desafiam a neutralidade de instituições hierárquicas dominantes (JENKINS, 1992) e permitem que as comunidades plurilíngues mundiais possam se beneficiar de um conteúdo, sob o ponto de vista linguístico, mais democrático nesse sentido.

Pode-se observar que o multilinguismo também é promovido internamente nas comunidades de fãs, visto que a propagação dos trabalhos de *scans* de diversas nacionalidades na internet permite o fenômeno de retradução. Por exemplo, muitos grupos de fãs brasileiros de *webtoons* desenvolvem suas adaptações tendo como base trabalhos feitos por outros fãs em idiomas mais conhecidos, sendo o inglês comumente a língua pivô para a elaboração de traduções em outros idiomas (GONZÁLES, 2019, p. 179). Essa questão, porém, levanta discussões a respeito de problemas técnicos de tradução, visto que essa prática pode acarretar no distanciamento do texto original, e, por sua vez, gerar a perda de algumas nuances culturais e erros de tradução.

Apesar do evidente impacto positivo, no que tange questões sociais e linguísticas, das traduções de fãs dentro de suas comunidades virtuais, ainda existem poucos estudos referentes à dimensão sociológica dessa prática (GONZÁLES, 2019, p.181). Além disso, é necessário reconhecer que as traduções desses grupos de fãs geram ruídos no mercado formal de *webtoons*:

“No contexto da convergência, forças contraditórias interagem entre si. Enquanto as comunidades movem-se pelo afeto em relação a um produto ou a uma marca e, por isso, desejam sugerir, interferir e exigir mudanças, advogar em seu favor, as corporações visam atrair consumidores, oferecer-

lhes uma participação restrita e controlada (considerar apenas o conveniente, sem renunciar certos aspectos) com o único propósito de impulsionar os negócios." (SANTOS, Q., 2017, p. 32).

Observa-se, então, a necessidade de conciliar os interesses tanto do público quanto das empresas envolvidas na promoção desses quadrinhos, como forma de garantir o acesso à informação por parte dos fãs e também de proteger os interesses mercadológicos dos agentes responsáveis por gerar e por estimular essa indústria. Afinal, o *webtoon* não deixa de ser um produto midiático e comercial inserido numa economia de mercado. Por um outro lado, deve-se ressaltar que muitos grupos de *scans* assumem traduções de obras que não estão disponíveis oficialmente, e, portanto, não veem suas atividades como uma forma de confrontar o mercado formal desses quadrinhos (GONZÁLES, 2019, p.178).

Apesar das discussões referentes à legitimidade desses grupos e dos conflitos de interesses entre público e instituições, é necessário reconhecer a relevância desses fãs como intermediários culturais. Isso porque suas atividades mostram uma elevada produtividade e eficiência em suprir as deficiências dos serviços de traduções ofertados pelas plataformas de *webtoons*, além de que, por vezes, os trabalhos desses fãs podem equiparar-se até mesmo ao nível de profissionais (LEE, 2012). Na atual sociedade da informação, ao invés de se pensar no utópico desaparecimento dos mediadores de conteúdos midiáticos (MATTELART, 2002), propõe-se trocar, ou ao menos dividir, o papel de promotores do multilinguismo de empresas e passá-lo aos fãs, uma vez que esses possuem uma motivação natural em compartilhar os *webtoons* em seus idiomas de origem. A cultura da conexão, sob o ponto de vista de um modelo híbrido em que os *webtoons* passam a ser circulados tanto por suas distribuidoras oficiais quanto pelos fãs-tradutores dessas obras, reflete uma mudança na circulação de mídias e sinaliza:

“[...] um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes.” (JENKINS, 2014, p.23)

Nesse sentido, a inteligência coletiva dos grupos de fãs permite que eles consigam tornar os quadrinhos acessíveis a outras pessoas que não possuem o conhecimento linguístico necessário para ler as obras em um idioma que não seja o seu materno. A mobilização de indivíduos, por meio da figura das *scans*, em prol da fomentação de quadrinhos em seus próprios idiomas ocorre no mundo inteiro, em especial no Brasil, mostrando que esses fãs são membros ativos na promoção do multilinguismo digital dentro do relativamente pequeno, mas não menos importante, universo dos *webtoons*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, observou-se que a globalização impulsionada pelo meio digital levou à expansão da Onda Coreana e, conseqüentemente, dos *webtoons* em proporções internacionais. Identificou-se que a internet é um meio muito propício para a proliferação de comunidades virtuais de fãs participativos, interessados em propagar essas *comics* e contribuir com o acesso delas por parte de outros fãs incapazes de consumir tais produtos devido às limitações linguísticas. Assim, conceitos tais como inteligência coletiva, cultura participativa, de convergência e de conexão também foram considerados para entender de que forma essas diferentes atividades de fãs encontram espaço para se desenvolverem e se propagarem no meio digital. Além disso, análises sob uma ótica sociolinguística e investigações empíricas referente às contribuições que os grupos de *scanlators* proporcionam para o aumento da variedade de títulos de *webtoons* em idiomas estrangeiros, usando como amostragem a língua portuguesa, foram apresentados para reforçar os argumentos desenvolvidos teoricamente.

Diante de tudo que fora exposto, foi possível concluir que, atualmente, os *webtoons* oferecidos em escala global estão restritos a uma variedade limitada de idiomas e que as lacunas desse mercado, muitas vezes, são preenchidas por traduções desenvolvidas por comunidades de fãs. Como resposta a essa prática, as distribuidoras dessas *comics* passam, então, a notar o potencial consumo do público internacional, decidindo disponibilizar, mesmo que gradualmente, essas obras em uma diversidade maior de línguas.

Contudo, notou-se por meio da análise do público brasileiro que o trabalho das *scanlators* se mostra como a principal fonte de acesso a esse tipo de quadrinho, uma vez que a esfera formal dessa indústria ainda não se compara a informal no que tange

a diversidade e a quantidade de títulos disponíveis na *web*, além da velocidade de lançamentos. Desse modo, entende-se também que os grupos participativos de fãs permitem o desenvolvimento de uma internet linguisticamente mais acessível e multilíngue por promoverem, por meio de suas traduções, conteúdos em múltiplos idiomas e de permitirem o acesso de uma parcela de internautas aos *webtoons* que não seriam capazes de consumir devido a barreiras linguísticas.

Destaca-se, nesse contexto, o serviço *Webtoon Translate* devido ao seu grande potencial de estabelecer um território neutro para a promoção do multilinguismo mediado pela participação dos fãs, de modo que suas ações não sejam mal vistas e perseguidas pelo mercado formal de quadrinhos. Isso porque a compreensão de que os fãs são agentes interessados em contribuir com o ecossistema dessa indústria, ao invés de serem antagonistas para a obtenção de lucros, possibilita o desenvolvimento de uma internet e de conteúdos mais acessíveis linguisticamente. Assim como em serviços de *streaming*, tais como a Netflix, a possibilidade de dar espaço para que indivíduos do mundo inteiro contribuam com a tradução de produções midiáticas permite uma variedade maior de títulos em diversos idiomas, além de lançamentos mais dinâmicos que acompanhem as demandas globais.

Mais além, tendo ciência de que a presente pesquisa não responde à todas as questões do campo e que há a dificuldade de mensurar a diversidade linguística no meio virtual, vê-se necessário a elaboração de investigações mais aprofundadas nesse tópico para que seja possível compreender melhor de que forma os fãs de *webtoons* contribuem com a diversidade linguística na era digital. De outra forma, para entender mais detalhadamente de que maneira as ferramentas de tradução colaborativa podem inovar a distribuição plurilíngue de *comics*, estudos mais aprofundados também se mostram necessários.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CRYSTAL, D. **English As a Global Language**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2003.

DE ALMEIDA, M. A. **MUDANÇAS NO UNIVERSO DOS QUADRINHOS: textos, materialidades e práticas culturais**. Revista de ciências sociais-Política & Trabalho, p. 24-42, 2020. Disponível em:

<<https://periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/view/46487>>. Acesso em: mar/ 2022.

DE ALMEIDA, M. A. **Práticas infocomunicacionais e mediações na cultura da convergência**. sescsp. org. br/revistacpf, p. 228-242, 2018. Disponível em: <https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/revista/Revista_CPFn07.pdf#page=228>. Acesso em: mar/ 2022.

DOR, D. **From Englishization to imposed multilingualism: Globalization, the Internet, and the political economy of the linguistic code**. Public culture, v. 16, n. 1, p. 97-118, 2004. Disponível em: <<https://muse.jhu.edu/article/54374/summary>>. Acesso em: fev/ 2022.

GILLESPIE, T. **The politics of 'platforms'**. New media & society, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444809342738>>. Acesso em: mar/ 2022

GONZÁLEZ, L. P. **Fan translation**. In: Routledge encyclopedia of translation studies, Routledge, p. 177-181. 2019. Disponível em: <<https://muse.jhu.edu/article/54374/summary>>. Acesso em: fev/ 2022.

HIRATA, T. **Mangá: do Japão ao mundo pela prática midiática do scanlation**. 2012. 148 p. Dissertação (Mestrado em Cultura Contemporânea) – Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2012.

HIRATA, T.; GUSHIKEN, Y. **Scanlation: Prática midiática de fãs e a circulação de mangás na cibercultura**. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2011/resumos/R27-0061-1.pdf>>. Acesso em: fev/ 2022.

HIRATA, T.; GUSHIKEN, Y. **Scanlation: Reprodução e consumo subalterno de mangá na cibercultura**. LÍBERO, n. 30, p. 127-138, 2016. Disponível em: <<https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/277>>. Acesso em: fev/ 2022.

JACKSON, R. H., & SØRENSEN, G. **Introduction to international relations: theories and approaches**. 5. Ed. Oxford: Oxford University Press, 2013.

JANG, W.; SONG, J. E. **WEBTOON AS A NEW KOREAN WAVE IN THE PROCESS OF GLOCALIZATION**. Kritika Kultura, n. 29, 2017. Disponível em:

<<https://journals.ateneo.edu/ojs/index.php/kk/article/view/KK2017.02908>>. Acesso em: fev/ 2022.

JENKINS, H. **Cultura da conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

JENKINS, H. **Fans, Bloggers, and Gamers: exploring participatory culture**. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans; participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JIN, D. Y. **Digital convergence of Korea's webtoons: Transmedia storytelling**. Communication Research and Practice, v. 1, n. 3, p. 193-209, 2015. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/22041451.2015.1079150>>. Acesso em: fev/ 2022.

JIN, D. Y. **Korean Webtoonist Yoon Tae Ho: History, Webtoon Industry, and Transmedia Storytelling**. International Journal of Communication (19328036), v. 13, 2019. Disponível em: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10015>>. Acesso em: fev/ 2022.

JIN, D. Y. **New perspectives on the creative industries in the hallyu 2.0 era: Global-local dialectics in intellectual properties**. Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media, v. 2, p. 53-70, 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/283018521_New_Perspectives_on_the_Creative_Industries_in_the_Hallyu_20_Era_Global-Local_Dialectics_in_Intellectual_Properties>. Acesso em: mar/ 2022.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**. Business horizons, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>>. Acesso em: mar/ 2022.

KIM, J. H.; YU, J. **Platformizing webtoons: The impact on creative and digital labor in South Korea**. Social Media+ Society, v. 5, n. 4, p. 1-10, 2019. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305119880174>>. Acesso em: fev/ 2022.

LEE, H. K. **Cultural consumers as “new cultural intermediaries”: manga scanlators**. Arts marketing: an international journal, v.2, p.131-143, 2012. Disponível

em:

<<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/20442081211274011/full/html>

>. Acesso em: fev/ 2022.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LYNN, H. G. **Korean webtoons: Explaining growth**. Research Center for Korean Studies Annual, Kyushu University, v. 16, p. 1-13, 2016. Disponível em: <<https://apm.sites.olt.ubc.ca/files/2016/02/HG-Lynn-Korean-Webtoons-Kyushu-v16-2016.pdf>>. Acesso em: fev/ 2022.

MATTELART. A. **História da sociedade de informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

NAM, J.; JUNG, Y. **Examining fan participation in the digital media: Fans' transcreation of webtoons**. 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a post-Covid world". 2021. Disponível em: <<https://www.econstor.eu/handle/10419/238041>>. Acesso em: fev/ 2022.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (NIC.br). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: pesquisa TIC Domicílios (Edição COVID-19 - Metodologia adaptada), ano 2020**. 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/arquivos/domicilios/2020/domicilios/>. Acesso em: mar/ 2022.

NYE JR, J. S. **Public diplomacy and soft power**. The annals of the American academy of political and social science, v. 616, n. 1, p. 94-109, 2008. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716207311699>>. Acesso em: mar/ 2022.

O'HAGAN, M.; ASHWORTH, D. **Translation-mediated communication in a digital world**. Clevedon, England: Multilingual Matters, 2002.

PAOLILLO, J. C. **How much multilingualism? Language diversity on the Internet**. The multilingual Internet: Language, culture, and communication online, p. 408-30, 2007. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/283142040_How_Much_Multilingualism>.

Acesso em: mar/ 2022.

PARK, J. Y. **Rise of webtoons presents opportunities in content providers, Industry Report**. Mirae Asset Daewoo, 2020. Disponível em:

<<https://securities.miraeasset.com/bbs/download/2073805.pdf?attachmentId=2073805>>. Acesso em: mar/ 2022.

PARK, J. Y. **Webtoons: The Next Frontier in Global Mobile Content**, Industry Report. Mirae Asset Daewoo, 2019. Disponível em <<https://www.miraeassetdaewoo.com/bbs/download/2068162.pdf?attachmentId=2068162>>. Acesso em: mar/ 2022.

PRESSER, A. T. DE R. et al. **Mobile Comics: um guia de parâmetros para desenvolvimento de histórias em quadrinhos digitais focados na leitura em tela pequena**. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Design, Florianópolis, 2020.

POOL, J. **Panlingual globalization**. The handbook of language and globalization, p. 142-161, 2010. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/30288863/the_handbook_of_language_and_globalization_nikolas_coupland.pdf#page=154>. Acesso em: fev/ 2022.

PYO, J. Y.; JANG, M.; YOON, T. J. **Dynamics Between Agents in the New Webtoon Ecosystem in Korea: Responses to Waves of Transmedia and Transnationalism**. International Journal of Communication (19328036), v. 13, p. 93-110, 2019. Disponível em: <<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780367246549-8/dynamics-agents-new-webtoon-ecosystem-korea-jane-yeahin-pyo-minji-jang-tae-jin-yoon>>. Acesso em: fev/ 2022.

RODRIGUES, A. C. M.; DE SOUZA, N. N. **O Uso de Recurso Didático no Ensino de Inglês**. Porto das Letras, v. 5, n. 2, p. 109-135, 2019. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/7594>>. Acesso em: mar/ 2022.

ROMERO, D.; MOLINA, A. **Collaborative networked organisations and customer communities: value co-creation and co-innovation in the networking era**. Production Planning & Control, v. 22, n. 5-6, p. 447-472, 2011. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537287.2010.536619>>. Acesso em: mar/ 2022.

SANTOS, Q. N. **Consumo cultural e interações em redes: um estudo sobre o consumo global de culturas locais por nativos digitais brasileiros**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em

Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

SKUTNABB-KANGAS, T; PHILLIPSON, R. **The global politics of language: Markets, maintenance, marginalization, or murder.** The handbook of language and globalization, v. 58, p. 77-100, 2010. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/30288863/the_handbook_of_language_and_globalization_nikolas_coupland.pdf#page=154>. Acesso em: mar/ 2022.

TAPSCOTT, D. **The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence.** NewYork: McGraw-Hill, 1997.

TOFFLER, A. **The Third Wave.** New York: A Bantam Book, 1981.

VAN DIJCK, J. **The culture of connectivity: A critical history of social media.** New York: Oxford University Press, 2013.

YECIES, B.; YANG, J. J.; LU, Y. **Korean webtoons and collective innovation: expanding Europe's creative industries through competitive localization.** Innovation: The European Journal of Social Science Research, v. 33, n. 4, p. 459-473, 2020. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13511610.2020.1828839>>. Acesso em: fev/ 2022.