

## A cena cosplay: vinculações e produção de subjetividade<sup>1</sup>

*The cosplay scene: bonds and production of subjectivity*

MÔNICA REBECCA FERRARI NUNES

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo – PPGCOM/ESPM-SP.

<[monicarfunes@espm.br](mailto:monicarfunes@espm.br)>

### RESUMO

Este *paper* integra a pesquisa “Comunicação, Consumo e Memória: *Cosplay* e Culturas Juvenis”, em realização junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo-SP, e analisa os resultados parciais da primeira investigação de campo realizada durante o festival *Anime Dreams 2012*, na cidade de São Paulo. Com base no conceito de inconsciente maquínico, de Félix Guattari, e, em teorias sobre cultura juvenil e da mídia, foram mapeados os motivos da realização do *cosplay* e os circuitos de seleção, transmissão e consumo de personagens e narrativas. Os depoimentos mostram processos de resistência e sugerem alianças e rupturas entre subjetividades serializadas e singularizadas.

PALAVRAS-CHAVE: *Cosplay*; *Cosplayer*; Subjetividade.

### ABSTRACT

This paper is part of a broader research named “Comunicação, consumo e memória: *Cosplay* e culturas juvenis” (free translation: Communication, consumption and memory: *Cosplay* and youth cultures), an on-going study at the PPGCOM-ESPM-SP, and analyses the partial findings of an initial investigation conducted during the *Anime Dreams 2012* festival, in the city of São Paulo. The reasons for carrying out the *cosplay* as well as the selection, the broadcast and the consume circuits of characters and narratives were mapped based on the machinist unconscious concept of Félix Guattari and on theories about youth culture and media. Interviews indicated processes of resistance and suggested alliances and interruptions among serialized and singularized subjectivities.

KEYWORDS: *Cosplay*; *Cosplayer*; Subjectivity.

Sexta-feira, manhã. Zona Leste da cidade de São Paulo. Estação do metrô Carrão. Dirijo-me à bilheteria e pergunto sobre o ônibus que deverá percorrer o trajeto entre o terminal e a Universidade Cruzeiro do Sul, onde ocorre o *Anime Dreams 2012*. O atendente explica com paciência. Caminho um pouco, o sol de janeiro escalda a calçada e a paisagem árida. Logo à frente, um lugar marcado no meio fio sugere o espaço destinado à parada do veículo. Dois rapazes morenos, simpáticos, aplacam meu desconhecimento. Um deles, Eduardo, motorista do transporte, reclama: “Vou começar a pagar mico [...] ter que pôr isso aqui”.

Seu olhar volta-se para o alto da cabeça e conforme acerta a touca *Pikachu* – personagem bastante apreciada do animê *Pokémon* – ajeita o cabelo e, falante, recebe os jovens de perucas e roupas coloridas, plugados aos fones de ouvido, que aos poucos tomam seus acentos na condução. O ônibus arranca. Abre-se, assim, a cena *cosplay*.

Composta pela junção dos vocábulos, em inglês, *cos* = costume e *play* = brincar, jogar, encenar, a palavra diz respeito às práticas de comunicação e de significação culturais vividas por jovens que se vestem e atuam como seus personagens preferidos. Amiúde compartilham, com outros fãs, este desejo nas redes sociais, em encontros informais, em parques, em reuniões caseiras ou em grandes eventos, como o *Anime Dreams*, analisado aqui, que acontece em três períodos em São Paulo: janeiro, julho e dezembro.

Surgida nos EUA, em 1930, nas convenções de ficção científica, e renovada no Japão, durante os anos 90, na continuidade do sucesso comercial dos mangás – histórias em quadrinhos japonesas impressas em papel jornal, em preto e branco, que podem ser, posteriormente, animadas para vídeos e para a tevê, sob a denominação de animês – a prática do *cosplay* chegou ao Brasil entre 1996 e 1997 (Amaral, Duarte, 2008; Coelho Jr., Silva, 2007). A cada ano, as convenções abarcam mais integrantes em diversas regiões do país, do sul ao nordeste, inclusive nas cidades do interior de São Paulo.

Digna de nota, esta prática se multiplica em variadas direções eletivas, não se limitando aos personagens da cultura pop japonesa, como mangás, animês ou os *live-actions* de onde surgiram os *tokusatus*<sup>2</sup>, mas também incorporando outros signos como Lady Gaga, Michael Jackson ou *videogames* cujos personagens não são orientais, tais quais o Super Mario e Luigi, pequenos italianos que atravessam vários mundos em busca da namorada de Mario, uma princesa sequestrada. As personagens literárias e cinematográficas de antigas ou novas produções de sucesso também compõem a intrincada rede de preferências memoráveis destes jovens urbanos. Esmeralda, Quasimodo, Harry Potter ou os Dementadores – assombrosas criaturas depressivas criadas por J. K. Rowling – são tão queridos quanto Naruto, Yagami Raito, Misa ou Sakura Card Captors, personagens de animês muito populares no *Anime Dreams 2012*.

A cena *cosplay* mobiliza narrativas midiáticas e emoções nascidas da interface comunicação e consumo que, por seu turno, relaciona-se às construções de vínculos entre público e mídia, tão fundamentais nas culturas juvenis. Sabe-se que estes laços se intensificaram no início do século XX quando floresceu a indústria do entretenimento. Este artigo perscruta, justamente, as formas de vinculação estabelecidas entre o *cosplayer* e o *cosplay*, e entre os próprios *cosplayers* para apontar, nas ranhuras urbanas, formas de sociabilidade e configurações subjetivas geradas, conforme Guattari (2005; 1988; 1993).

Por isso, as reflexões propostas recuperam, brevemente, marcos da cultura de massa e das mídias que investiram nas emoções do público, para, a seguir, mapear os motivos da realização do *cosplay*, os movimentos de seleção e escolha de um determinado personagem, os circuitos de transmissão e consumo de personagens e narrativas. Os depoimentos alinhavados, no decorrer deste trabalho, evidenciam processos de singularização<sup>3</sup> e “a noção de resistência ‘plural, diversa, polimorfa’, vinculada a

experiências (mesmo que temporárias) [...] de relativização das identidades e de recusa às formas ‘normais’ ou convencionais de comunicação [...]” (Freire Filho, 2007, p. 52).

Contudo, estes processos, que podem ser nomeados, seguindo Guattari (2005, p. 54), como revoluções moleculares ou o atrevimento de singularizar convivem, aqui, com mecanismos disciplinares incidindo sobre os corpos destes jovens, sobre o tempo e o espaço onde circulam a festa, culturalmente vivenciada como espaço-tempo de rupturas e de estados alterados da consciência, torna-se um “bom evento”: com policiamento, sem bebida, sem bagunça, conforme relatam alguns dos *cosplayers* entrevistados. Tais pontos também são objetos de inquietação e investigação neste *paper*.

### **A produção midiática e as emoções do público**

Conforme relata o historiador, Nicolau Sevcenko (2001), em 1903, foi inaugurado, nos EUA, o Luna Park – um gigante parque de diversões, composto por enormes montanhas russas, cinemas e brinquedos elétricos. Rapidamente estes parques se reproduziram por todo o mundo. Era a Tecnologia do Fantástico usada para entreter as massas urbanas, e também as populações rurais que experimentavam a metrópole por meio da diversão.

Ao longo das primeiras décadas do século XX, as emoções do público foram sendo produzidas e amplificadas com o auxílio do cinema, que ganhou som em 1927, fortalecendo a sedução das imagens velozes. Da eletrola que permitiu aos discos saírem dos lares e chegarem aos salões de bailes, assim como o rádio ganhou os espaços públicos. E, finalmente a televisão integrou uma rede de meios técnicos que proporcionaram mudanças de percepção do público e novos modos de construção das subjetividades. Vale lembrar ainda, que o “Capitalismo Mundial Integrado tende, cada vez mais, a descentrar seus focos de poder das estruturas de produção de bens e

serviços para as estrutura de produção de signos, sintaxes e subjetividades” (Guattari, 1993, p. 31), o que se verificou na consecução da nova máquina de produção de subjetividade que surgia: a cultura de massa.

Assim, as rádios tocavam as músicas da indústria fonográfica, que tinham sido lançadas pelos filmes musicais. Dali, astros e atrizes, cantores, cantoras tinham suas vidas esquadrinhadas pelos programas populares de auditório e sessões fotográficas das rádios. Os anúncios publicitários ligavam os produtos ao estilo de vida dos astros do cinema, do rádio, e, posteriormente, da televisão.

Edgar Morin (1987) aponta outra variação gerada pela cultura de massa: a categoria do herói – que deixou de ser o herói que se conheceu desde as primeiras tragédias gregas, perpetuado na literatura ocidental, com variações dramáticas (a luta contra a fatalidade, o conflito com a natureza, a cidade, o outro) que se solucionavam com a morte ou a expiação de seus atos desmedidos. Agora, o herói protagonizado no cinema, nas ficções seriadas radiofônicas e televisuais, é o herói simpático contemplado pelo *happy end*. Toda esta conjuntura, o entretenimento, as emoções, o novo herói massivo, aproximou afetivamente o público ao artista e ao seu estilo de vida.

Teoricamente a relação afetiva entre o fã e o astro é assimétrica. Fã e artista não compartilham os episódios de suas vidas da mesma forma. Além do afeto incondicional, o fã conhece intimamente aquele produto, seja ele um astro, uma personagem ou narrativa, e, sobretudo, consome seus derivados, a exemplo dos *cosplayers*, que consomem os animês, mangás, livros sobre mitologias, filmes, *bottons*, toucas, bonés, camisetas, mochilas, máscaras, *cards*, cartas de animês que servem como jogo – coleções de DVDs, pulseiras, anéis e, durante os encontros, reproduzem não só as roupas de personagens preferidos ou seus acessórios, mas também seus gestos e suas performances.

Neste grupo particular de fãs, o que se pode observar é um direcionamento do afeto para a personagem, deslocando este afeto ao astro que interpreta. Dependendo da atividade proposta nos eventos de *cosplay*, a personagem favorita é subtraída da própria narrativa de onde surgiu – como nos desfiles, pois o que está em jogo é a perfeição do *cosplay* e a cena representada.

Para compreender esse fenômeno, talvez a tese do historiador da cultura, Neal Gabler (1999), possa ajudar. Ele afirma que o cinema inicialmente reproduzia a vida nas telas, era o filme-vida, e, posteriormente, com o auxílio dos jornais, das revistas, do rádio e da televisão, a vida dos atores se tornou objeto de idolatria. É o fenômeno da celebridade com sua vida íntima, os *lives*, repletos de emoções que tratam de transformar a própria vida em filme.

Parece que a prática do *cosplay* responde também a essa dinâmica, ainda que em suas múltiplas ocorrências e variações. As personagens são mais reais que seus intérpretes, saem das telas, dos games, dos livros, dos filmes, do mundo da música pop para a vida. Assim, Lady Gaga é uma artista, mas, como celebridade, é também personagem de si mesma, e se iguala a Harry Potter, concebido inicialmente como personagem literário, ou à Sakura, às Meninas Super Poderosas ou Kirby, criados para serem mangás, animês, desenhos e games, mas igualmente celebridades, graças à circulação que têm na rede midiática e os lucros que mobilizam. Todos eles, e outros tantos, podem ser evocados pelo *cosplayer*, que dá vida à personagem, insuflando-lhe *animus*, *pneuma*, *psiché*, o sopro da voz, o ritmo do gesto, a memória dos atos.

### Fazer *cosplay*

Fazer *cosplay* não é somente vestir uma roupa, mas encarnar um personagem, seu jeito, suas poses, seu modo de falar, de se portar (Akemi apud Coelho Jr. et al., 2007). Ou

como sintetiza Rafael Akira<sup>4</sup>, jornalista e fotógrafo, 23 anos, *cosplayer* desde 2005: “toda a vez que eu estou em um evento como um personagem, eu tenho que agir como o personagem agiria”.

Mas, por que fazem *cosplay*? Esta primeira questão, bastante óbvia, desvelou alianças e rupturas entre a produção de subjetividades serializadas, acionada por poderosas máquinas de investimentos identitários reconhecidos, e subjetividades singulares – possível quando os inconscientes protestam: “desinvestem-se as linhas de montagem da subjetividade, investem-se outras linhas, inventam-se outros mundos” (Rolnik, 2005, p. 16).

Encontro Fernanda, 13 anos, no terceiro dia do evento – lotado, garoando fininho. A garota fazia *cosplay* de Kagamine Len – personagem-voz criado para um sintetizador de músicas na internet. Estava acompanhada por Gabriel, cujo *cosplay* limitava-se a uma daquelas toucas com olhos de bichinhos animados e orelhas caídas pelos ombros. Fernanda responde convicta porque faz *cosplay*: “É uma liberdade de expressão, é para se libertar da sociedade. Aqui, você não tem medo de ser julgado, você está numa família”. Gabriel só pôde dizer que sua mãe não o deixava participar com um *cosplay* de verdade. Não sabia explicar os motivos da proibição materna.

Talvez, fazer *cosplay* possibilite inventar outro mundo, criar novas territorialidades maquínicas, onde seja viável se “libertar cada vez mais”, como disse outra jovem no primeiro dia do *Anime Dreams 2012*. Naquela tarde de janeiro, Kakao, “19 eterno”, estava montada de *fairy kei*:<sup>5</sup> peruca rosa, tapa orelhas de pelúcia rosa e azul, polainas lilases sobre meia calça estampada em tons pastéis, vestido curto, recheado de babados nos mesmos tons, bolsa a tiracolo de coração, unhas pintadas alternadamente de cor de rosa e azul. Narrou, em longo depoimento, parcialmente transcrito aqui, suas primeiras experiências com os eventos de *cosplay*:

“

*Eu gostava de animê com 13 anos de idade. Eu era totalmente zoada na escola e aí eu me achei... era o mundo que eu me encaixava, o evento era menor... era 99, 2000, o evento era pequeno, mas era um monte de gente igual eu. Eu pensei, poxa, aqui eu não preciso fingir ser uma pessoa que eu não sou, posso ser quem eu sou e aí eu fui fazendo cosplay por quase 10 anos [...].”*

(Kakao, grifos meus)

Ela conta que, graças ao *cosplay*, cursou faculdade de moda e descobriu, em um livro, o bairro de Harajuko, no Japão: “eu adorei! Aquilo é uma liberdade de expressão tão grande, por que eu tenho que seguir um padrão? Eu não tenho que seguir um padrão, e aí eu comecei a me libertar cada vez mais” (Kakao).

Vale observar que ela não quis dizer sua idade e optou por defini-la como “19 eterno”, corroborando as reflexões de Canevacci sobre as consequências das culturas juvenis (2005, p. 29): “cada jovem, ou melhor, cada ser humano, cada indivíduo pode perceber sua própria condição de jovem como não terminada ou como não terminável”.

A juventude infinita de Kakao mostra-se além do *fairy kei*, cujo estilo define como “uma coisa Ursinhos Carinhosos, Meu Querido Pônei<sup>6</sup> mais contos de fadas, mas que pega uma *vibe* anos 80”. Muitas são as estratégias signícas da produção midiática, o uso da cor, por exemplo, responde “por organizar e hierarquizar informações ou lhes atribuir significados” (Guimarães, 2003, p. 31). A cor-informação, na mídia, também regula, classifica e cria ordenações sociais, subjetivando seus sujeitos, criando distinções de gênero, de idade, e tantas outras.



Não por acaso, ursinhos carinhosos e pôneis mágicos têm corpos coloridos em tons pastéis, cores normatizadas para roupas, brinquedos e acessórios destinados a bebês ou a crianças pequenas, meninas, preferencialmente, reforçando o estereótipo da feminilidade associada à ingenuidade infantil, erigindo, não raro, um único jeito de ser menina: menininha doce, ingênua, de rosinha claro. Ao comentar sobre como se veste no cotidiano, Kakao revela as tentativas da produção de subjetividade em escala planetária e os pontos de ruptura desse complexo dispositivo, parafraseando Guattari e Rolnik (2005), ao consumir os tons pastéis para suas roupas diárias, reproduzindo o discurso dominante das narrativas midiáticas, mas, paradoxalmente, destrói as mesmas ordenações sociais, “[...] virando do avesso as categorias que fixavam faixas etárias definidas e claras passagens geracionais” (Canevacci, 2005, p. 28), mesmo quando não faz *cosplay* ou a garota *fairy kei* – e ousa singularizar em outros espaços além do delimitado para o evento.

“

*Eu prefiro usar tom clarinho, eu já passei da idade, mas eu não ligo. Eu vou numa Marisa assim da vida, seção infantil. Não compro nada da minha idade [...] vou comprar o quê? Uma camisa... muito chato, não gosto. Eu gosto de coisa graciosa, que represente um pouco da personalidade.”*

(Kakao, grifos meus)

Ter 19 anos eternamente, comprar roupas em seções infantis, transitar pela cidade com olhos de boneca, graças às pupilas dilatadas pelas lentes de contato, colorir cílios e sombrear as pálpebras exageradamente em tons de azul e rosa, em sua rotina,

ainda que “usar a peruca já seja demais”, como ela mesma ironiza, demonstram a ressignificação dos signos apreendidos nos discursos midiáticos hegemônicos. Das cores pastéis dos desenhos animados, que participam do estilo *fairy*, ao *target* definido pelo marketing gerenciando lojas de departamentos.

A ressignificação e a apropriação destes discursos configuram singularidades e indicam a resistência à ordenação de certos códigos de comportamento previstos para o consumo adulto. Aqui é válido pensar na potência criativa do inconsciente maquínico-desejante, fluido, atravessando as cristalizações sociais e produzindo intensidades: a forma de habitar a memória das *fairies* expandida na continuidade dos dias.

A liberdade proporcionada pelo ato de fazer *cosplay* é a tônica de muitos depoentes. Ana Regina, 24 anos, vestida de Zelda, personagem do jogo eletrônico da Nintendo, afirma: “todo mundo tem que ser igual. Eu comecei a querer ser diferente”. Ainda que a marca da diferença possa ser compartilhada no evento e neutralizada, a exemplo da fala de Reinaldo, 25 anos, “aqui todo mundo é igual, não tem diferença”. Os frequentadores entrevistados, presentes no *Anime Dreams 2012*, parecem sentir que ali é um lugar à margem, livre do outro que exclui o que não foi normatizado, onde “ninguém estranha nada”, conforme relata Beatriz, 19 anos. Um mundo sem conflitos? Outra dimensão, nas palavras de Lucas.

Lucas, assim como Kakao, retrata a escola como lugar em que a construção da diferença foi simbolizada negativamente graças, justamente, às marcas significantes que materializavam singularidades: gostar de animês, com 13 anos, como Kakao, ou vestir acessórios incomuns, como Lucas: “eu costumava ir pra escola com esta touca (mostra a touca de orelhas compridas) e o pessoal olhava... oh! Meu Deus!... eu não tô nem aí (em tom mais alterado), é o meu estilo”. O encontro com os outros iguais, porém diferentes da ordem dominante, proporciona-lhe o acolhimento da intimidade: “aqui eu me sinto em casa mesmo, num outro mundo, é a minha dimensão”.

O lugar onde acontece a congregação de *cosplayers* ganha a condição de espaço atópico e utópico, onde moram personagens amados, acionados por uma memória de afetos e conectados a muitos tempos simultaneamente: à infância mediatizada e protegida, graças às narrativas, seus elementos mágicos e míticos, e ao tempo dilatado da juventude inapreensível. E, pelas alamedas da Universidade, comungam do tempo bondoso na *flânerie* de seus corpos-personagens-mercadorias.

Como nos corpos amplificados na metrópole, nos objetos-coisas-mercadorias, imagens, estudados por Canevacci (2008), o corpo do *cosplayer* também se expande no *cosplay* ou o *cosplay* perfura o *cosplayer*, transpondo os limites do orgânico, do imaginário, da fantasia. Inconsciente que se derrama no exterior, por toda parte; inconsciente articulado ao campo social, máquinas de máquinas, cujo elemento conector é o desejo, lembrando Guattari (1988).

Entretanto, o espaço da realização do evento, semiotizado de modos diversos, parece promover acordos ambíguos e, para estar dentro dele, *cosplay-cosplayer* serão também disciplinados, ainda que sob o broquel da liberdade, da paródia, do espírito lúdico e da juventude. E, acompanhados por Guattari (1988, p. 157), pode-se confirmar que “as fugas do desejo, das quais elas (a adolescência, a infância) são portadoras, são sistematicamente contidas [...] por todas as regulamentações e leis e são reputadas para reger o comportamento ‘normal’ do indivíduo”.

### **Atopia, utopia e disciplinas na cena *cosplay***

“A famosa regra do se vestir direito...” comentam, entre risadas, Akira e Ana Regina durante a “contação” de um episódio memorável. Em 2006, durante o *Anime Friends*, algumas meninas enroladas em toalhas de banho, inesperadamente, abriram suas toalhas atribulando o evento com a nudez inoportuna, facilitando a lei.<sup>7</sup>

As regras para participar dos festivais organizados pela Yamato Corporation foram sistematizadas em muitas determinações: revista policial à entrada, obrigatoriedade de pulseiras identificatórias para permanecer no evento, ausência de bebidas alcoólicas, em posse do visitante ou para vender, armas de brinquedo ou de material inofensivo no caso dos acessórios para determinados *cosplays*. A assepsia do espaço seguro, murado pela proteção policial, espalha-se nos corpos disciplinados e bem vestidos. Interessante relevar o poder das disciplinas, em Foucault (1987), como técnica para ordenar as multidões, docilizar corpos, acatando a imobilização dos movimentos do acaso: “o bom evento é o que não tem confusão”, como disseram os entrevistados.

Partícipes e plateia cumprem inúmeras ordens durante os concursos de *cosplays* e animekês: não xingar, não atirar objetos, não desprezar os jurados, etc. E, como todo processo disciplinar, as categorias dos desfiles tratam, igualmente, de enquadrar a festa. Os concursos reúnem diversas modalidades: a tradicional, desfile e a livre. A tradicional envolve a interpretação. São apresentações em que os participantes, individualmente ou em grupo, sobem ao palco para realizarem suas exibições baseadas na personalidade, postura, comportamento, entonação da personagem e da história na qual ela está inserida. O *cosplayer* deve ser fiel à narrativa e à construção da personagem.

No desfile, o *cosplayer* apenas se preocupa em mostrar a sua criação para os juízes e para a plateia, não há interpretação. Já as apresentações livres desobrigam o candidato a interpretar à risca o que a sua personagem faz, imiscuindo à história original, outros gêneros como o drama ou a comédia.

Os depoimentos de alguns jovens sugerem que, mesmo na categoria livre, a “alma” da personagem deve ser preservada, porém, curiosamente, a narrativa original será ressignificada por meio da fragmentação ou invenção de cenas incrementadas pelo desejo do *cosplayer*: “em casa, fico imaginando a cena, se seria legal o Yoga, personagem

do animê *Cavaleiros do Zodíaco*, fazer isso e isso no palco, brincar com a plateia fazendo isso, isso, isso [...] na categoria livre, você pode esculachar, fazer qualquer cena com a personagem” (Akira).

Vozes dissonantes se põem em conflito: a voz do texto original, a dos criadores de *Yoga*, e a do novo autor, Akira – quem esculacha os sentidos apreendidos na história e, por isso, pode subverter a cena, introduzindo uma intencionalidade oposta à da equipe de realizadores do animê. O *cosplayer* desautomatiza sintagmas narrativos estabelecidos e, apropriando-se de seus efeitos, pela contradição, gera novas possibilidades para a história e para a personagem.

Estes princípios paródicos convivem com certa preparação, quase um estudo do processo da criação midiática – como assistir várias vezes à cena que escolhe para executar no festival ou pautar sua interpretação em uma entrevista em que o dublador, de um animê marcante, possa revelar dados inusitados da personagem e inspirar a produção da nova cena. Uma vez mais, acordos ambíguos se põem em andamento nos modos de subjetivação do *cosplayer-cosplay*: do espaço esquadrihado por redes de poder disciplinar ao espaço atópico que promove a ruptura, a apropriação e a invenção de outros mundos e sociabilidades.

### **Seleção, transmissão e consumo de personagens e narrativas**

Muitas são as motivações para que um *cosplayer* selecione e escolha um *cosplay*. As identificações físicas e/ou psicológicas estabelecidas entre *cosplayer*, personagem e narrativa são as razões mais citadas, entre as delimitações impostas pelo clima ou pelo tamanho do evento. De toda maneira, gostar da personagem é condição primordial. Entre os depoimentos coletados, um merece ser rapidamente mapeado. Durante boa parte da entrevista, Caio não quis ser filmado. Falava animadamente sobre os 48 *cosplays* feitos pela mãe. Ele conta que, dias antes da apresentação, ela se acomoda de

um lado da mesa, costurando com a máquina portátil, enquanto ele, de outro, fabrica as armas das personagens.

Personagens estranhas, esquecidas na grande rede midiática que valoriza celebridades. Geralmente vilões, muito grandes, desajeitados: “todos fazem as Meninas Super Poderosas, mas ninguém faz o Macaco Louco [...] sempre gostei dos malvados, são diferentes, o herói é sempre o mesmo”, explica.

Caio investe na diferença, “que se recusa a se fundir com o idêntico”, conforme Tadeu da Silva (2009, p. 100). As escolhas do jovem *cosplayer* se opõem às interpelações do consumo devorador, seja o das narrativas mais populares, com personagens em alta, seja o de materiais disponíveis pela indústria do *cosplay*. Caio recicla, usa tecidos baratos, encontrados graças ao gesto materno, inspirado e expandido pelas imagens disponíveis na internet. Textos orais mitológicos,

mangás, animês, imagens digitais entrelaçam-se ao corpo-mídia do *cosplayer* e, durante o processo de feitura da personagem, torna-se sujeito de sua própria narrativa.

Caio, Ana Regina e Akira se conheceram em momentos diversos, durante os inúmeros festivais que frequentaram. Ficaram amigos e agora bebem guaraná enquanto conversamos. Percebo um jogo discursivo diferente, repetido, ao longo do tempo em que estivemos juntos: espécie de desafio: “se você fizer o Squilter, eu faço a Rita Repulso, se você fizer, eu faço...” São personagens de um mesmo animê que reconstroem, reinventando, a narrativa no corpo-mídia – multiplataforma do *cosplayer* que se vincula ao outro ali adiante – para onde convergem todos os tempos das histórias mediatizadas, transmitidas e retransmitidas infinitamente.

Esperamos a hora do *rush* passar. Os três dirigem-se à plataforma da estação do metrô. Tatuapé, Pirituba e Osasco são seus destinos. Irão se reencontrar brevemente, na reunião do Clube *Cosplay* Voluntário, um modo que acharam para fazer *cosplay* em outros espaços além dos eventos da Yamato. Visitam escolas e creches para recontar

animês às crianças. Como o tempo das culturas jovens, a cena *cosplay* também parece interminável. ●

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana; DUARTE, Renato. A Subcultura *cosplay* no Orkut: comunicação e sociabilidade online e off-line. In: BORELLI, Sílvia; FREIRE FILHO, João. *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: Educ, 2008.
- CANEVACCI, Massimo. *Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Fetichismos visuais – Corpos erópticos e metrópole comunicacional*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- COELHO Jr, Leconte; SILVA, Sara Santos. Cosplayers como fenômeno psicossocial: do reflexo da cultura de massa ao desejo de ser herói. *Revista Brasileira de Desenvolvimento e Humano*, v. 17, n. 1, pp. 64-75, 2007. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/rbcdh/v17n1/06.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2011.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- \_\_\_\_\_. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FREIRE Fº, João. *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- GABLER, Neal. *Vida, O filme*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.
- GUATTARI, Felix. *O inconsciente maquínico: ensaios de esquizo-análise*. Campinas, São Paulo: Papirus, 1988.
- \_\_\_\_\_. *As três ecologias*. Campinas, São Paulo: Papirus, 1993.
- GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2005.
- GUIMARÃES, Luciano. *As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo*. São Paulo: Annablume, 2003.
- LUYTEN, Sonia. (Org.). *Cultura pop japonesa – mangá e anime*. São Paulo: Hedra, 2005.
- NAGADO, Alexandre. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia (Org.). *Cultura pop japonesa*. São Paulo: Hedra, 2005.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- SATO, Cristiane. A cultura popular japonesa: animê; In: LUYTEN, S. (Org.). *Cultura pop japonesa*. São Paulo: Hedra, 2005.
- SEVCENKO, Nicolau. *A Corrida para o Século XXI*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.
- SILVA, Tadeu (Org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes. 2009.

## NOTAS

- <sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012.
- <sup>2</sup> *Live-actions* são produções audiovisuais japonesas que trazem os heróis dos mangás ou dos animês para filmagens com atores. O gênero contempla ainda os filmes de efeitos especiais, os *tokusatsus*, ficções que congregam monstros e heróis. A produção de *Godzilla*, nos anos 50, abriu caminho para a força desta indústria expandida em décadas posteriores. Muitos dos criadores de mangás, como o lendário Osamu Tezuka, “aclamado o Deus do mangá” (Nagado, 2005, p. 49), foram também idealizadores de *tokusatsus* de muita popularidade, a exemplo da série traduzida, no Brasil, como *Vingadores do Espaço*, do próprio Tezuka – o primeiro seriado colorido da tevê japonesa produzido em 1966.
- <sup>3</sup> Félix Guattari (2005, p. 80) considera que os processos de singularização podem ser “simplesmente viver, sobreviver num determinado lugar, num determinado momento, ser a gente mesmo [...] e tem a ver com a maneira como em princípio todos os elementos que constituem o ego funcionam e se articulam”.
- <sup>4</sup> O evento *Anime Dreams 2012* ocorreu durante os dias 13, 14 e 15 de janeiro. Conheci Akira no primeiro dia em que lá estive. Logo se mostrou solícito, pronto a dar entrevistas e a colaborar com a pesquisa mobilizando todo o seu conhecimento sobre a cultura pop japonesa e sobre os eventos de *cosplays*. Apresentou-me para outras pessoas citadas neste trabalho como Ana Regina, Akemi e Kakao. No terceiro dia, entrevistei, ao acaso, sugestionada pelos *cosplays* em que esbarrava durante a *flânerie*, quatorze *cosplayers*. No dia 02 de fevereiro, Akira, Ana Regina e Caio encontraram-se comigo no Centro Cultural São Paulo onde novos depoimentos foram arrolados de modo impresso e em vídeo. Os que constam deste *paper* estão inseridos seguindo um fluxo diferente da cronologia das coletas.
- <sup>5</sup> Estilo de moda urbana japonesa inspirada em tons pastéis, pelúcias, bonecas, papéis de carta de temática delicada, infantil. Disponível em <<http://www.harajukulovers.com.br/index.php/2009/12/03/estilo-fairy-kei/>>. Acesso em: 13 fev. 2012. Considero o *Fairy Kei* também um *cosplay*, seguindo a lógica da introdução deste *paper*.
- <sup>6</sup> *Meu Querido Pônei* foi idealizado inicialmente como brinquedo pela empresa Hasbro e, em 1984, ganhou versão para televisão e posteriormente para o cinema. Ainda na década de 80, esta mesma estratégia foi utilizada para alçar os *Ursinhos Carinhosos* do status de coleção de pelúcias para desenho de animação (Walt Disney Pictures). Disponível em <<http://www.infantv.com.br/poney.htm>>. Acesso em: 11 fev. 2012.
- <sup>7</sup> Na entrevista, os dois amigos descreveram as meninas como fazendo *cosplay* de *hentai* – palavra japonesa que designa representações pornográficas. Não foi possível pesquisar, até a finalização deste artigo, se o episódio realmente marca a origem desta regra. Decidi incluir o depoimento para refletir sobre o espaço em sua conotação disciplinar.