

Afetos e Paisagens Sonoras: o encontro da ética espinosiana com as canções dos praticantes de *cosplay*¹

Mônica Rebecca Ferrari NUNES²

Luiz PERES-NETO³

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Resumo

Partindo de alguns conceitos-chave da Ética para geômetras, do filósofo Baruch Espinosa, e da obra de Antônio Damásio, tais como a noção de afeto e emoções, respectivamente, este trabalho problematiza como as letras de algumas canções de animês, presentes no repertório dos *cosplayers*, constrói uma paisagem sonora que dialoga com os aludidos postulados ético-sociais. O trabalho avalia igualmente a cena *cosplay* e o consumo dos *anime songs* - trilhas sonoras dos animês e temas musicais dos heróis de mangás inseridos nesta cena urbana.

Palavras-chave

Afeto; emoções, paisagem sonora; comunicação; consumo.

Introdução

Parte terceira. Causas adequadas e inadequadas. Afetos. Desejos e apetites. Ética segundo a ordem geométrica, de Baruch Espinosa (1632-1677). Eis o ponto de partida do presente trabalho. Mas talvez não seja adequado fixar um ponto de partida e sim entender este ou qualquer outro trabalho - como algo que é um mero fluxo. Um fluxo que afeta e é afetado simultaneamente pelo mundo, como qualquer outro ser. Dois pesquisadores, múltiplos caminhos, múltiplos encontros com o mundo em um fluxo que, por nexos de causalidade, se entrecruzaram a partir da discussão da obra do filósofo em questão.

Sem lugar a dúvidas, a *Ética* de Espinosa é a criação filosófica mais depurada e polida do mencionado autor. Frente a tal obra, cabe recordar a advertência daqueles que

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM. É doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP Email: monicanunes@espm.br.

³ Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM. É doutor em Comunicação pela Universitat Autònoma de Barcelona (Espanha) Email: luiz.peres@espm.br.

submergiram na mesma com muito mais destreza. Marilena Chauí, por exemplo, matiza que se trata de uma obra que pode ser abordada de distintas maneiras. Há muitas portas para entrar nos corredores do pensamento de Espinosa. O que não deixa de ser uma contradição. Afinal, onde fica a tal ordem geométrica? Pois eis a grandeza da obra de Espinosa. Não é uma contradição e sim uma aparente contradição. O conjunto de Axiomas, Postulados, Lemas, Proposições e Escolhos ordenam um pensamento que mais do que levantar acordos e desacordos há suscitado uma classe de afeto, de emoções e comoções.

Como o próprio Espinosa afirmou, a partir da ideia de que somos um fluxo, estamos submetidos ao sabor dos afetos, de como somos afetados pelos encontros que temos com o mundo. Neste sentido, os autores deste trabalho foram afetados pelo encontro com a obra de Espinosa. A partir desta ideia, podemos dizer que não só estes autores são afetados pelo mundo, como qualquer indivíduo o é. Os encontros de um indivíduo com o mundo são, em sentido estrito, definidores da sua identidade. Com outras palavras, em meio a um turbilhão de afetos, os encontros que temos com o mundo moldeam aquilo que queremos ser. Ilusão de permanência. Desejo de ser. Eis a questão, posto que, para Espinosa, somos mera potência e, como tal, já não somos o que éramos. Eis a contingencialidade do mundo e dos sujeitos que nele insistem em habitar e resistem a toda sorte de afetos.

Por esta razão, Miguel de Unamuno se comove ao tratar em sua obra - intitulada *Do sentimento trágico da vida - do homem-filósofo Espinosa*; assegura que sob as áridas fórmulas espinosianas se esconde a agonia palpitante de um homem de “carne e osso”. Afetado pelos encontros com o mundo, definidores de uma trajetória instável e triste. Como a de qualquer otimista, consciente do fato de que os seus encontros com o mundo alteram a sua potência de agir.

Assim, como já mencionado, na parte terceira de sua *Ética*, onde Espinosa trata a natureza dos afetos, define que os mesmos, a partir da maneira como somos afetados pelo mundo pode supor um incremento ou uma redução na nossa potência de agir, nesta desesperada necessidade de permanecer. Permanência que se assegura quando os encontros com o mundo asseguram uma passagem de um estado mais triste para um menos triste. A potência de Espinosa está para a sua filosofia como a noção de *conatus* está para a obra de Hobbes ou a de *Eros*, para Freud.

Por isso, a busca pela permanência é uma busca desesperada por afetos que aumentem a nossa potência de agir. Trata-se da busca pelo princípio freudiano de prazer. Busca contínua. Assim, para Espinosa, não há causa adequada que tenha um fim. Todas as

causas se justificam pelo caminho, pelo processo. Eis a natureza dos afetos e das paixões. Por isso, a necessidade de buscarmos em Damásio (2003) a leitura e o esclarecimento sobre as emoções.

Damásio e as emoções

Antônio Damásio (2003), em um belo ensaio sobre as emoções sociais e a neurologia do sentir, retoma, de Espinosa, o conceito de potência de agir – *conatus* – reconhecendo-o no campo neurobiológico, salientando a importância dos afetos. Porém, em Damásio, o conjunto dos afetos espinosianos surgem como mapas neurais, relacionados às emoções e aos sentimentos. As emoções aparecem no corpo, a parte pública do processo: rosto rubro, secura na garganta, tremor nas mãos, lábios empalidecidos, voz descompassada, brilho nos olhos. Os sentimentos, a parte privada, alinham-se à mente. Estado de fundo, imperceptível. É bom destacar que esta formulação não desliga o corpo da mente, como releva o neurobiólogo:

A investigação da forma como os pensamentos desencadeiam as emoções e de como as modificações do corpo durante as emoções se transformam nos fenômenos mentais a que chamamos sentimentos abre um panorama novo sobre o corpo e sobre a mente, duas manifestações aparentemente separadas de um organismo integrado e singular (DAMÁSIO, 2003, p. 21).

Desde o nascimento, nosso organismo está equipado com modos de reações, provocadas pelas emoções e sentimentos objetivando, de algum modo, regular a vida. Mas, a natureza foi adiante e mais do que um estado homeostático e neutro, somos impelidos ao bem-estar. Do ponto de vista neurobiológico, o organismo pode criar situações benéficas para sua auto-preservação e as emoções podem nos ajudar ou não a conseguir obter este estado.

Antonio Damásio reconhece que nem todas as emoções são inatas, algumas delas precisam de exposição ao ambiente para serem geradas. Atento à porosidade de todos os processos classificatórios, o pesquisador define três tipos de emoções: de fundo – manifestada por sutis inflexões de voz e cadências discursivas ou expressões do corpo; primárias (ou básicas), como o medo, a zanga, o nojo, a surpresa, a tristeza e a felicidade; sociais, e aqui se incluem a simpatia, a compaixão, o embaraço, a vergonha, a culpa, o

orgulho, o ciúme, a inveja, a gratidão e a admiração, o espanto, a indignação e o desprezo⁴. O entrelaçamento das emoções inatas e apreendidas “parecem interrelacionarem-se intimamente no poço sem fundo do nosso inconsciente” (DAMÁSIO, 2003, p. 66).

A maquinaria das emoções nos regula, mas também podemos, em parte, controlá-la e decidirmos como conduzir nosso organismo a um estado de harmonia, maior ou menor – ainda que não existam objetos neutros emocionalmente, especialmente na vida adulta, parafraseando o neurologista português.

Mas, para que as emoções sejam acionadas, é preciso a apresentação de um estímulo emocionalmente competente (EEC) que seleciona e executa um programa preexistente de emoção, gerando a construção de mapas neurais cuja configuração leva ao que se chama de alegria ou de mágoa – emblemas da vida afetiva. A alegria e emoções correlatas se encontram na chave do prazer e das emoções positivas, e a mágoa, tristeza, medo e outras emoções negativas, na chave da dor. Damásio (2003, p.159) assegura que os mapas mentais associados à alegria promovem equilíbrio para o organismo: “os estados de alegria conduzem não só à sobrevivência, mas à sobrevivência do bem-estar (...) e a uma maior facilidade na capacidade de atuar.” Poder de ação aumentado, passagem de um estado mais triste para um menos triste, voltando a Espinosa.

Por outro lado, para o filósofo dos afetos, a angústia, o medo, a culpa, a tristeza, consideradas como emoções negativas, dificultam o poder e a liberdade de agir. Os estados negativos separam o homem de seu *connatus*, “esforço implacável de auto-preservação presente em qualquer ser” (Damásio, 2003, p.52). Já para o neurobiólogo, esta tentativa revela-se como a noção de que “um organismo vivo está construído de forma a lutar, contra toda e qualquer ameaça, pela manutenção da coerência das suas estruturas e funções” (op.cit., p. 53).

E aqui, vale a ressalva de que algumas emoções negativas, como o medo ou mesmo a tristeza, podem funcionar como sensores mentais da nossa vida. O medo, por exemplo, é uma apólice de seguro quando bem dosado para evitar a destruição da coerência das funções humanas e assim conduzir o organismo a um bom resultado. Do mesmo modo, a tristeza, em situações de perdas, pode ser eficaz, mas caso o medo ou a tristeza se estabelecerem como estados mentais duradouros, o organismo será prejudicado.

Mas não somos apenas expostos a estímulos emocionais competentes mediante a experiência imediata. Diz Espinosa: “um homem é tão afetado, agradavelmente ou

⁴ Damásio (2003) reforça a proposição de que as emoções sociais são encontradas em outras espécies.

dolorosamente, pela imagem de uma coisa passada ou futura, como pela imagem de uma coisa presente” (Ética, Parte III, Proposição 28). Dessa forma, quer o objeto que nos tenha causado uma emoção, negativa ou positiva, esteja de fato atualizada como imagem perceptível acabada de construir, quer como imagem reconstruída a partir da memória, o efeito é o mesmo, pois, segundo Damásio, se este objeto se comportar como um estímulo emocional competente, haverá o desencadeamento da emoção por meio da memória emocional.

Assim, as vivências geradas por uma situação agradável ou desagradável podem ser (re) editadas a todo momento. E nossa condição de seres emocionais, afetados pelo mundo, ganha densidade e potência ao ser somada aos ditames da cultura, à incompletude dos signos que nos faz seres faltantes, feitos de tempo, de linguagem e desejo.

Paisagens sonoras, emoções e o consumo de *anime songs*

Emoções inatas e adquiridas estão contidas no caldeirão inconsciente e também na cultura, palco de acordos, conflitos e tensões. Consequentemente, entendemos a cultura midiática composta por diversos textos, na acepção da Escola de Tártu-Moscou (Lotman, 1996), aptos a estimularem emocionalmente os mapas neurais que representam os estados mentais da alegria ou da mágoa, acolhidos na clave do prazer ou da dor.

De modo particular, atentamos à construção das paisagens sonoras da cena *cosplay*. Abreviação de *costume play*, esta prática de significação cultural, realizada no Brasil desde o final dos anos 90, congrega jovens urbanos que se vestem e atuam como seus personagens preferidos, quase sempre habitantes da memória da cultura pop: heróis de mangás, histórias em quadrinhos japonesas - passando por celebridades literárias, como Harry Potter, à *Lady Gaga*. Os eventos⁵ dos quais os *cosplayers* participam trazem bandas de J pop, rock japonês; K pop, rock coreano; *enka*, forma de balada japonesa em tom choroso e triste nas partes vocais, mas que permanece na cena musical jovem graças ao fato de ter absorvido outras harmonias como *rockabilly*, *bluegrass*, sonoridades havaianas e latinas (Braga, 2009).

A paisagem sonora das convenções de *cosplay* também reúne grupos especializados em *anime songs*, objeto de nossa discussão. Porém, antes de avançarmos na análise deste

⁵ Anime Dreams, Anime Party, Anime Friends são grandes eventos realizados no estado de São Paulo e em muitas regiões do país que reúnem jovens para desfiles de *cosplays*, campeonatos de *cards* (cartas de personagens de mangás e animês), de armas medievais, de games, animekês (karaoquês de trilhas sonoras de animês), entre outras atividades.

produto fonográfico, é bom precisarmos o conceito de paisagem sonora cunhado pelo compositor e pesquisador canadense, Murray Schafer (2001).

Os primeiros sons que se fizeram ouvir foram os das águas. E “o oceano de nossos ancestrais encontra-se reproduzido no útero aquoso da nossa mãe” (Schafer, 2001, p.33). O mar e o líquido amniótico dão origem ao primeiro ouvido sonar e configuram a primeira paisagem sonora. Qualquer campo acústico pode ser tomado como paisagem sonora: emite sons preponderantes, sons de base, sons de fundo, sons arquetípicos – e qualquer analista deste ambiente deve perscrutar as marcas sonoras mais significativas.

Na cena cosplay, vozes vivas, sintetizadas, gravadas, sons de espadas de plástico, imitando espadas medievais, de *cards* sendo trocados, de microfônias, sons repetitivos e metálicos de vídeo games, de máquinas registradoras e teclados computacionais, de latas de refrigerante, pacotes de Doritos, *yakisobas* espargidos em *hashis*, de pés e corpos esbarrando uns nos outros e os sons da infância midiaticizada compõem a paisagem sonora. A tarefa aqui é recolher seus sons de base, arquetípicos também; os mais significativos e em maior quantidade. Destacam-se, por enquanto, os *anime songs*.

São trilhas sonoras de animês, desenhos animados japoneses - games, *live-action* - filmagens com atores interpretando personagens populares dos mangás, e *tokusatus*, gênero nascido dos *live-action*, conhecidos como filmes de efeitos especiais estrelados por monstros e super-heróis, a exemplo do consagrado *Godzilla*, nos anos 50, ou *Ultraman*, entre outras produções. As músicas criadas para personagens de mangás, inúmeras vezes adaptadas para os animês e igualmente inspiradoras de muitos *tokusatus*, integram os repertórios dos *anime songs*.

A partir da década de 1980, este mercado expandiu e à medida que novos títulos de animês e games foram surgindo, o termo se consolidou e se mesclou com o J pop – atraindo o público adolescente, graças aos ritmos mais próximos do rock, e não só o infantil que originalmente consumia o gênero. “Não existe um ritmo ou batida específicos, já que *anime song* indica a finalidade da música, as do sub-gênero *hero song*, com músicas de ritmo vibrante, tão comuns em desenhos de ação e seriados de *tokusatsu*, são mais fáceis de serem reconhecidas”, explica Alexandre Nagado (2005, p. 54), demonstrando os processos híbridos da composição musical deste gênero.

As trilhas migram das animações para shows ao vivo, CDs, DVDs, games, contribuindo para que a paisagem sonora gerada ressoe e ressignifique o ambiente do evento como ambiente comunicacional interceptado por uma rede de mediações. O cientista

político e da comunicação, Harry Pross (apud Baitello Junior, 2010), apresenta, em sua Teoria da Mídia, um triplo processo de mediação que vislumbramos e escutamos na paisagem sonora da cena cosplay. Mídias terciárias como os animês, games, CDs e DVDs expandem as mídias secundárias tais como os mangás em suas narrativas e heróis, por sua vez, apreendidos e ressignificados no corpo -mídia primária- mercadoria, multiplataforma, do *cosplayer* que canta junto e celebra, ritualisticamente, os *anime songs* como objetos/produtos transicionais que podem, da mesma forma que o *cosplay*, mediar o corpo-sujeito esgarçado pela juventude sem claustros; corpo inscrito nas bordas, entre as fronteiras borradas da infância e do mundo adulto.

Os *anime songs* têm se destacado, nesta cena, mobilizando a formação de bandas paulistanas interessadas no segmento, como afirma Raoni⁶, 22 anos, baixista da banda Iikagem, de São Bernardo de Campo: “descobrimos este nicho. O mundo dos animês dá espaço pra gente mostrar nosso trabalho”. O grupo, formado em 2008, especializou-se em *anime songs*, embora, Lucas, o guitarrista, diga que “na verdade, é muito relativo né, [...] às vezes a gente fala: não, a gente só toca música de animê, só que dentro das músicas de animê tem um pouco de J rock e tudo mais [...]”.

Enredam-se os sons midiáticos na exata medida do transbordamento das fronteiras geracionais, uma vez que jovens entre 13 e 30 anos entoam as marcas significantes da infância. A vocalista da banda, Camila, 20 anos, atesta que os motivos pelos quais foram levados a tocar apenas animês “**tem a ver com a infância... com a nostalgia**, porque a gente toca as músicas que passaram na tevê há 10 anos. É um gosto que a gente tem” (grifos nossos).

Bandas de *animes songs* e os animekês – karaokês em que os concorrentes devem cantar as trilhas das animações- provocam emocionalmente estímulos competentes, acionam estados de prazer, reconstruídos e reinventados pela performance neurológica e simbólica da memória afetiva. E o consumo de representações musicais conectadas às representações da infância ganha destaque e nos convida ao questionamento da signicidade deste consumo objetivado na letra musical: sua potência de agir.

Vale a pena definirmos o que, neste debate, entendemos como consumo. Seguindo à concepção de uma “‘imagética do consumo’– terminologia que prevê uma interpretação menos focada em produtos ou serviços, em si, mas que considera a inserção do consumo em

⁶ Raoni, Camila e Lucas, integrantes da banda Iikagem - em japonês, handômico - foram entrevistados por Mônica Nunes no evento *Anime Party*, na cidade de São Paulo, em abril de 2012, e, posteriormente, concederam entrevista por e.mail à pesquisadora.

toda uma cena ou rede midiática, rizomática e dinâmica” (ROCHA, 2008, p.123), tomamos a paisagem sonora-imagética, reverberante na prática cosplay, lugar em que se espraia o consumo midiático e material destes fonogramas, entretanto além da mercadoria; sistema de significação que supera necessidades simbólicas, funcionando como código a partir do qual nossas relações sociais e subjetivas se tramam (Rocha e Barros, 2008).

Porém, não apenas como convenção - denominação corriqueira para código, mas, sobretudo, como código cultural, nos parâmetros da teoria semiótica da cultura de Tártu-Moscou, em que os códigos culturais são complexas estruturas de armazenamento e processamento de informações. “Todos os códigos, do bio ao socius, são culturalizações [...] os códigos traduzem as informações apreendidas pelo sensorio ou perceptos” (MACHADO, 2003: 156).

De tal sorte, o consumo desta paisagem sonora-imagética, materializada nas letras dos *anime songs* permite, como código cultural, a tradução sensorial de um estado moratório e, na contemporaneidade, distendido: a adolescência. E, como complexa estrutura de armazenamento e processamento de informações, o consumo-código destas materialidades por jovens urbanos, aparentemente unidos pelo simples prazer de estar juntos e ouvir música, parafraseando Martín-Barbero (apud Borelli e Freire, 2008), sugere alguns questionamentos e, suspeitas, como respostas.

O que quer, afinal, o consumo-código de *anime songs*?

Entre outros fatores, o aumento do tempo dedicado à formação escolar, a competitividade aguerrida dos mercados capitalistas, as crises sociais que obrigam certos jovens a dependerem de suas famílias contribuíram para a ampliação do tempo da juventude. Ser jovem, hoje, convoca a identificações de todas as idades e pode corresponder a ser alvo de um consumo devorador que a todo custo impele ao imperativo do gozo: poder jovem ilimitado – dos ideais publicitários a falta de regras de pais que também se espelham na juventude dos filhos, na pista reflexiva de Maria Rita Kehl (2004).

Contudo, perguntamos: por que estes jovens querem permanecer consumindo, além das idealizações da adolescência - as representações musicais do mundo infantil? Como diz Lucas, 23 anos, baixista da Banda Iikagem, sobre o repertório que tocam:

Uma palavra que resumo muito isso é a nostalgia, tem gente que canta junto que dá pra ver os olhinhos brilharem, animês e desenhos mexem muito com quem somos e com quem vamos ser, é a nossa infância na frente da telinha

horas e horas imaginando ser o Goku⁷ ou o Seya e imaginando várias aventuras, **têm músicas que tocam o coração da galera** (Lucas, baixista da banda Iikagen) (grifos nossos).

O que diz a música considerada como sistema sógnico, de linguagem, como texto da cultura em sua dinâmica condensando outros textos como os animês, narrativas fantásticas e super-heróis, e gerando novas informações? O que quer, afinal, o consumo-código de *anime songs*? Sons frequentes na paisagem sonora *cosplay*. Sons de intensidade. Sons arquetipais?

“Todos nós temos necessidades de heróis e quando a gente cresce, temos que abandonar os heróis, isso é muito triste (...) quando eu era pequena, imitava os personagens, hoje, eu não posso imitar, então faço *cosplay*”, diz Ana Regina, 24 anos, *cosplayer* desde 1999. Em uma certa infância, sons da casa materna inebriada pelas ininterruptas e ruidosas vozes televisuais? A infância na frente da telinha, como diz Lucas. Formulação que aponta as interfaces entre comunicação e consumo de onde nasceu a intensa e amorosa proximidade entre fãs, como os *cosplayers*, e as narrativas midiáticas.

E se o consumo é “esse território que se forma no encontro entre os sujeitos da comunicação e em que se constituem os sentidos sociais compartilhados com toda a sociedade”, como quer Baccega (2011, p.41), podemos entender o consumo-código dos *animés songs* também como este lugar de produção de vínculos. Claramente demarcado em um dos hinos dos *cosplayers*: *Dragon Ball Z*.⁸

Dragon Ball Z-

Cha-la Head Cha-la (abertura brasileira)
O céu resplandece e ao meu redor...
Vou voar e estrelas brilham entre as nuvens sem fim
Só a verdade vai cruzar pelo céu azul.
A verdade vai crescer dentro de mim...
Como um vulcão que entra em erupção...
Sua lava a espalhar...
E verá toda fúria do dragão
Cha-la head cha-la!
Não importa o que aconteça.
Sempre tenho a força e o poder.
Cha-la head cha-la!
Vibrante o meu coração...
Sente emoção e tem amor pra dar.
Cha-la head cha-la!
Não pense em nada só escuta...

⁷ Goku é o protagonista do mangá, posteriormente transformado em animê, Dragon Ball, criado por Akira Toriyama, na década de 1980. Seya é o cavaleiro de Pégasus, do mangá e animê, Cavaleiros do Zodíaco, de Masami Kurumada.

⁸ Há inúmeras versões para a abertura e o fechamento do animê Dragon Ball. Há também raps, ritmos latinos para o vídeo. Disponíveis em www.youtube.com

Sonhos dentro do coração.
Cha-la head cha-la
Não importa o que aconteça
Tudo vai ficar melhor!
Com Você Eu Vou Ficar (encerramento)
Dragon Ball
Vai ficar bem aqui
Juventude quero ter,
sempre assim um mistério para descobrir.
Todos querem desfrutar de aventuras sem parar
Só assim conservará a essência de viver.
E se quiser aparentar algo que não é,
como saber o que é real e o que é ilusão?
Melhor aproveitar a vida plenamente
é tão fácil ser feliz.
Com você eu vou ficar
O que eu gosto mais de ver é a verdade que há em você!
Com você eu vou ficar
Diga aonde você está que durante a noite,
sonhando, eu chego até lá!

Fernando, 21 anos, que se identifica como sendo “da Mooca, *otaku*⁹, nerd, com muito orgulho”, reforça o ânimo em ouvir uma música de animê que se escutou durante a vida toda, “(...) Dragon Ball e é uma filosofia de vida (...) a maioria dos animês passam amizade acima de tudo, determinação. Tá impossível? É impossível, mas eu vou conseguir”.

As letras afirmativas, com mensagens de perseverança e superação estão presentes em outros *anime songs*, a exemplo do tema de Pokémon, outro *hit* entre os *cosplayers*.

Pokémon

Esse meu jeito de viver
Ninguém nunca foi igual
A minha vida é fazer
O bem vencer o mal
Pelo o mundo viajarei
Tentando encontrar
Um Pokémon e com o seu poder
Tudo transformar
Pokémon! (tenho que pegá-los)
Isso eu sei,
pegá-los eu tentarei! Pokémon!
Juntos teremos que
O mundo defender!
Pokémon! (tenho que pegá-los)

⁹ Ao estudar a origem do *cosplay* no Japão, Éthienne Barral (apud AMARAL e DUARTE, 2008), mostra que o *cosplayer* pode ser associado ao *otaku* – jovem imerso na parafernália tecnológica, isolado de sua parentela tradicional, com dificuldade de se relacionar com os outros. Para o autor, muitos destes garotos se inspiram em personagens dos mangás e animes e assim, o jovem *otaku* “se apropria de uma determinada materialidade tecnológica e a transforma de acordo com seu próprio gosto e identidade, ampliando tanto o repertório de artefatos culturais como resignificando as práticas de consumo” (BARRAL apud AMARAL e DUARTE, 2008, p.278). Há diferenças entre os significados denotados ao *otaku* no Japão e no Brasil. Estas particularidades escapam aos interesses deste artigo.

Isso eu sei,
pegá-los eu tentarei
Vai ser grande a emoção
Pokémon!
Temos que pegar,
Temos que pegar!
Desafios vou encontrar
E os enfrentarei
Lutando pelo meu lugar, todo dia estarei!
Vem comigo vamos formar, sempre a melhor equipe
E sempre juntos vamos vencer, o sonho é poder
Pokémon! (tenho que pegá-los)
Isso eu sei, pegá-los eu tentarei! Pokémon!
Juntos teremos que o mundo defender!
Pokémon! (tenho que pegá-los)
Isso eu sei,
Pegá-los eu tentarei!
Vai ser grande a emoção! Pokémon!
Temos que pegar
Pokémon!

Como textos culturais, as letras deste gênero musical, curiosamente, respondem a demandas primordiais, da ordem dos afetos, conduzindo à potência de agir, no sentido de Espinosa, e, à sobrevida do bem-estar do organismo, à vida – no sentido de Damásio. Sons e palavras hibridizam potência de ação, estados e mapas mentais de prazer, e, cumprem, talvez, o ideário neoliberal com ênfase nos elogios sobre perseverança, confiança em si mesmo, superação - do mesmo modo que atendem ao imperativo da felicidade, comum aos nossos tempos, em que esta emoção facilmente pode ser materializada em produtos disponíveis.

Porém vale perceber que, diferentemente, da apologia do individualismo neoliberal, as letras dos animês falam à vitória de uma maneira diferente: o outro está contemplado. Em *Dragon Ball Z*, o coração tem amor pra dar; o outro deve escutar os sonhos dentro do coração; e não importa o que aconteça, tudo vai ficar melhor, pois com o outro, o “eu-lírico” da canção, vai ficar. Em *Pokémon*, o mesmo mote: o eu-lírico da canção viaja pelo o mundo tentando encontrar um Pokémon com seu poder para vencer o mal, tudo transformar, e juntos defenderão o mundo. Claro, que há luta também pelo lugar ao sol, porém, serão uma equipe, a melhor equipe: o treinador (personagem do animê) e seu Pokémon, afinal “o sonho é o poder”.

Considerações finais

Por que motivo estas letras fazem tanto sucesso entre jovens *cosplayers* com mais de 20 anos? Não temos a resposta. De imediato, pensamos sobre a presença da música na

vida cotidiana e sua participação nas atividades lúdicas da maioria das culturas em que jogos e rituais são acompanhados por emissões de vozes ritmicamente marcadas. Palavras ditas, palavras cantadas são “celebrações, transmissões de saber, iniciação e gozo”, lembrando Paul Zumthor (1983, p. 268). Como texto de cultura, a música, seja qual for o gênero, imiscuída aos designios do mercado, transmitida por qualquer suporte midiático, carrega este signo em sua tessitura.

Como jogo e brinquedo, a voz cantada e a suscetibilidade do homem ao musical marcam o desejo da escuta, pulsão invocante em Jacques Lacan (1985), e o espaço sonoro como espaço psíquico e de memória – de modo especial, abriga cartografias e mapas de alegria ou mágoa, as emoções e os afetos espinosianos. Neste caso, fica evidente o fato da música, e suas associações à infância, descrita pelos depoentes, funcionar como estímulo emocional competente para a configuração dos mapas neurais ligados a emoções prazerosas. Claramente a busca pela permanência – um estado de felicidade – é uma busca desesperada por afetos que aumentem nossa potência de ação – retornando à introdução deste trabalho, e, talvez por isso, o *cosplayer* Fernando possa dizer o que sente ao ouvir estas músicas: “Tá impossível? Tá impossível, mas eu vou conseguir”. Afetado pelo mundo, pode agir para a melhor direção: a felicidade.

O poder de ser feliz, a superação e a vitória, como signos presentes nas letras dos animês indicam, paradoxalmente, o mais de gozar do qual nos fala Maria Rita Kehl (2004), o poder de tudo conseguir, ideia perigosa e frustrante porque idealizada e sem renúncias, sem a falta. Porém, quem sabe a história desta mercadoria, os *anime songs*, demonstre em sua biografia, atentando ao fato de que as coisas também têm vida social e cultural (Appadurai, 2010), a permanência de traços significantes da própria história de destruição e reconstrução da sociedade japonesa que erige este objeto musical. Por outro lado, como texto de cultura e código, os *animés songs* podem falar também à construção da potência de agir, ao conatus, sem o qual sucumbimos, em qualquer tempo, lugar e sob a codificação de qualquer historicidade.

Referências

- AMARAL, A. e DUARTE, R. (2008).A Subcultura cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e off-line. In: BORELLI, S. e FREIRE FILHO, J. **Culturas Juvenis no Século XXI**. SP: Educ
- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**. Rio de Janeiro: Editora da UFF, 2010.
- BACCEGA, Maria Aparecida. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. In: CARRASCOA, João e ROCHA, Rose de Melo. **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia**. São Paulo: Paulus, 2010.
- BRAGA, José Eduardo. **Músicas do mundo**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. (2009)
- BORELLI, Sílvia e FREIRE FILHO, João (orgs.) **Culturas Juvenis no Século XXI**. São Paulo: Educ, 2008.
- DAMÁSIO, Antônio. **Ao Encontro de Espinosa: as emoções sociais e a neurologia do sentir**. Lisboa:Europa América, 2003.
- KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, Regina e VANNUCHI, Paulo (orgs). **Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação** . São Paulo: Editora Fundação Perseu Abrão, 2004.
- LOTMAN, Iuri. Acerca de la Semiosfera. In:**La Semiosfera I**. Madri: Ediciones Cátedra, 1996.
- MACHADO, Irene. **Escola de Semiótica**. Cotia, São Paulo; Ateliê Editorial, 2003.
- NAGADO, Alexandre. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia. **Cultura Pop Japonesa**. São Paulo: Hedra, 2005.
- LACAN, Jacques. **O Seminário, livro XI**. Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ROCHA, Everardo e BARROS, Carla. “Entre mundos distintos: notas sobre a comunicação e consumo em um grupo social. In: BACCEGA, Maria Aparecida(org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.
- ROCHA, Rose de Melo Comunicação e Consumo: por uma leitura política dos modos de consumir. In: BACCEGA, Maria Aparecida(org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.
- SCHAFER, Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 2001.
- ZUMTHOR, Paul. **Introduction à la poesie orale**. Paris: Seuil, 1983.