

Circulação de Artefatos entre Cosplayers de Beagá e Vitória¹

Mônica Rebecca Ferrari NUNES²
ESPM, SP

Resumo

Este paper apresenta resultados parciais obtidos com a pesquisa Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis, com apoio do CNPq (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES N. 18/2012 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas) junto ao PPGCOM-ESPM. A pesquisa cartografa a cena cosplay nas capitais da região sudeste do país. O artigo registra parte da interpretação dos dados coletados graças à análise comparativa entre os encontros *Anime Fest Winter*, Belo Horizonte, MG, 2013, e *Vitória Anime Show*, Vitória, ES, 2013, considerando a heterogeneidade da cena cosplay e os modos de viver a juventude. Os estudos sobre a cidade contemporânea e as noções de circulação, assim como pesquisas sobre culturas juvenis articulam-se às reflexões sobre consumo material e midiático na cena cosplay – compondo a fundamentação teórica e metodológica sobre a qual se assenta este trabalho.

Palavras-chave: cosplayers; cosplays; eventos de anime; consumo; cultura jovem.

1.Introdução

A pesquisa Comunicação, consumo e memória: cosplay e culturas juvenis, da qual este artigo faz parte³, investiga a cena cosplay na região sudeste do país perscrutando regularidades e singularidades para avaliar modos de lembrar e de consumir artefatos, narrativas e personagens que inspiram os cosplayers – jovens que se vestem e atuam como personagens de narrativas midiáticas - a produzirem seus cosplays (contração de *costume play*, roupas de brincar, encenar), normalmente executados pelos próprios jovens.

A pesquisa realiza trabalho de campo em eventos de cultura pop japonesa, como o Anime Dreams, Anime Friends, entre outros, organizados por empresas de entretenimento, como a Yamato Corporation, empreendedora de muitos eventos em São Paulo, e também em encontros preparados por empresas menores ou concebidos exclusivamente por fãs, a exemplo do *Zelda Day* –dia marcado, pelas redes sociais, para que o jogo *The Legend of Zelda*, franquia de games produzida pela Nintendo, seja homenageado durante uma tarde

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação Stricto-Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo, ESPM, SP. Doutora em Comunicação e Semiótica. monicarfnunes@espm.br

³ Pesquisa sob minha coordenação e que conta com os membros da linha de pesquisa em Comunicação, consumo e memória vinculada ao Grupo de Pesquisa Comunicação, consumo e entretenimento (ESPM/Diretórios de Grupos de Pesquisa do CNPq).

em parques ou outras localidades – contando com jovens cosplayers de personagens do jogo Zelda que realizam alguma atividade associada à narrativa do jogo.

Com base nos resultados empíricos obtidos e na pesquisa bibliográfica, especialmente nas concepções de Will Straw (2004) e Alan Blum (2003), tenho compreendido o ato de se vestir e atuar tal qual personagens midiáticos não só como prática de sociabilidade e de significação, mas também como propulsor de uma cena, entendendo que a cena cosplay se faz graças a presença do costume, em seu caráter de objeto material e texto cultural, na concepção desenvolvida por Iuri Lotman (1996), em torno do que se constroem formas de sociabilidade e subjetividades, circulação de afetos, artefatos e memórias, identificações, relações geracionais, políticas e de consumo.

A cena imputa à cidade certa teatralidade pública graças ao fluxo de cosplayers e de cosplays que potencializam esteticamente áreas urbanas: ruas, praças, espaços insólitos como transportes coletivos se tornam palcos para a encenação de narrativas e materialização de personagens pelo indumento. Pode-se dizer, com base nas reflexões de Straw e Boutros (2010, p.3-20), que a cena cosplay não se configura apenas nos encontros convocados, restrita a uma localidade, mas se amplia, estende-se com a circulação destas formas estéticas - a roupa do personagem, a peruca colorida, lentes, acessórios, máscaras, maquiagens, o corpo do cosplayer, em sua dimensão corpo-mídia. Por sua vez, o encontro entre estas formas confere textura à vida cultural da cidade, atentando ao que os autores concebem como cultura da circulação, por sua vez, definidora da própria condição urbana, pois a circulação não é um simples movimento de pessoas, ideias, “é um processo cultural com suas próprias formas de abstração, apreciação e limitações, que são criadas pelas interações entre tipos específicos de formas circulantes e comunidades interpretativas construídas em torno delas” (LEE e LEPUMA apud STRAW e BOUTROS, 2010, p. 11).⁴

Os pesquisadores consideram que as comunidades interpretativas, entre elas, as instituições, códigos e práticas sociais, governam os vetores da mobilidade onde a circulação é fundamental. Vale ainda esclarecer que a ideia da circulação de formas estéticas evidencia a fase da vida dos objetos marcada pelo seu movimento no mundo, fato já avaliado por Appadurai (2008) ao ponderar que as mercadorias têm vida social e afirmar que os significados das coisas estão postos em seus formatos, seus usos, trajetórias e biografias.

⁴ Tradução livre da autora.

Sugere-se assim que o consumo na cultura da circulação pode significar um consumo em trânsito, tratando especialmente da prática cosplay nas cidades. Em sua condição de prática social, o consumo confere mobilidade para os elementos materiais, objetos, artefatos para a confecção do cosplay, em torno dos quais as cenas ganham um desenho próprio constituindo-se “unidades de cultura” da vida urbana (STRAW, 2005).

O comportamento de objetos que caracterizam a contemporaneidade, observados em seu movimento, aproxima-se daqueles vividos pelos jovens em algumas cenas que experienciam. É curioso perceber que circulação, mobilidade, fluxo, flutuações, termos usados para definir a linguagem da cultura urbana (STRAW e BOUTROS, 2010) igualmente constituem o campo semântico utilizado para reportar modos de sociabilidade entre os jovens de hoje. Almeida (2012) reconhece estratégias diversas entre meninas e meninos para se aproximarem na balada e conclui:

apesar dessas distintas modalidades da aproximação, diferenciadas pelos gêneros, uma regra é inescapavelmente comum a ambas: **a circulação permanente**. Meninos e meninas, quando querem ‘ficar’ com alguém, não podem parar. Eles têm que **andar**, de estar **em movimento** todo o tempo, ‘rodando’, ‘rodando’. Não ficam no mesmo lugar esperando que alguém se aproxime (ALMEIDA, 2012, p. 194). (grifos meus).

Do mesmo modo, Bispo (2010, p. 29) ao analisar o “Orkontro Emo Oficial”, encontro de jovens adeptos do gênero *emotional hardcore*, apelidados de emos, que ocorre em um parque público do Rio de Janeiro, a Quinta da Boa Vista, descreve: “eles fazem do Orkontro uma concentração de jovens agitada, que **circula incessantemente** pela Quinta, disparando flashes fotográficos (...) Em bandos, os grupos de amigos passam freneticamente pelos acessos do parque” (grifos meus).

A circulação de objetos e jovens responde aos imperativos da velocidade e da multiplicidade de estímulos, compreendidos como códigos culturais da vida urbana, que também contaminam as cenas das culturas juvenis. Culturas performativas (PAIS, 2012; 2008), em que a expressividade por meio do corpo, da linguagem verbal, das vestes e atitudes, combina-se aos recursos cênicos, visuais, sonoros, hápticos aos quais estão expostos permitindo inúmeros protagonismos.

A cena cosplay revela “sensibilidades performativas”, para usar o termo de Pais (2012, p.13) ao falar sobre culturas juvenis de modo geral. Entretanto é preciso atentar à heterogeneidade nos modos de ser jovem (REGUILLO, 2012), destacando a necessidade de compreender juventudes no plural. Decorre daí a importância do trabalho empírico, de sorte a revelar singularidades e desvios, mesmo considerando o que muitas cenas jovens têm em comum.

Desde 2012, compartilho com a comunidade acadêmica, sob a forma de resultados obtidos, as análises dos eventos de cosplayers na cidade de São Paulo (NUNES, 2012; 2013; 2013a, 2013b), porém, este *paper* registra parte da interpretação dos dados coletados em dois encontros pesquisados em diferentes cidades: *Anime Fest Winter*, Belo Horizonte, Minas Gerais, em agosto de 2013, e *Vitória Anime Show*, Vitória, Espírito Santo, em novembro de 2013, ambos com duração de dois dias, das 11h00 às 19h00 - tendo em vista a heterogeneidade da cena cosplay e os modos de viver a juventude desvelados. O artigo analisa e interpreta a constituição das cenas, diferenças e semelhanças entre práticas e modos de sociabilidade entre cosplayers de Beagá e Vitória, sob a perspectiva dos estudos sobre culturas jovens e consumo. As pesquisas de campo computaram 17 entrevistas em Belo Horizonte e 19 em Vitória.

2. “Fazer cosplay é melhor do que drogas, do que álcool...”

Onde começa o trabalho de campo? Às portas do restaurante no qual almoço antes de iniciar a *flânerie* que me integra à cena, de onde avisto jovens, em grupo, descendo dos ônibus em frente ao Shopping Paragem, portando armas de papelão, perucas de muitas cores, em meio ao sábado à tarde da Rua Mário Werneck? Se a cena está expandida na cidade graças à circulação de artefatos, de afetos e memórias, o campo também está. Por isso, ainda fora do evento, fotografo, filmo panorâmicas que alcançam um grupo de jovens vestidos de preto empunhando latinhas de cerveja na calçada em frente à íngreme alameda que acessa à entrada da Universidade UNIBH, local do evento.

A convenção de Belo Horizonte foi a primeira a ser pesquisada depois daquelas da cidade paulistana. Havia participado de nove encontros, em São Paulo, e mesmo naqueles organizados por fãs, como o *Zelda Day*, que ocorre em um parque público, ou no *CosRock Festival*⁵ – evento produzido por Camila Marotta, fotógrafa, de 27 anos, quem dispensa os seguranças para controlar o espaço reservado ao festival de cosplays e bandas de rock - nunca havia encontrado jovens consumindo bebidas alcoólicas, sequer nas imediações das faculdades e colégios onde normalmente os encontros acontecem. Para Camila, os seguranças não eram necessários, pois,

aqui você vê um evento que é família. Vem pai, vem criança... Todo mundo está se divertindo, ninguém precisa beber, ninguém precisa usar drogas, não precisa bater em

⁵ Cosrock Festival. Pesquisa de campo realizada em 9/06/2013, Associação Beneficente dos Provincianos de Osaka Naniwa-kai. São Paulo, SP.

ninguém. É tranquilo. A gente não precisa nem de segurança porque o pessoal é tranquilo. (...) Se eu fizesse um show só de rock, tenho certeza que ia vir um pessoalzinho que ia querer arrumar confusão, ia querer beber cerveja e ia começar a causar. Mas em evento de animê você não vê isso. Você vê família tomando Mupy, pai com filho de cosplay e isso é legal (Camila Marotta. Cosrock Festival 2013. SP).

Os episódios em torno do porte de bebida alcóolica durante o *Anime Fest Winter* 2013 adensam o argumento de que em si mesma a cena cosplay é heterogênea, trazendo significantes para marcar a singularidade da cena mineira em meio às regularidades encontradas em cenas de São Paulo e Vitória relacionadas ao discurso sobre álcool e drogas. Cesar Ikko, diretor do AnimeCom, empresa promotora do evento em Minas, relatou que para as próximas edições irá instalar bafômetros na entrada para evitar que jovens alcoolizados participem da convenção e narrou que naquela tarde, alguns já teriam “passado mal” e, por isso, retirados.

Porém, mesmo durante os dois dias que durou o evento foi possível reencontrar enunciados sobre a oposição entre bebida e cena cosplay. Entrevisto um jovem mascarado, de roupa vermelha colada ao corpo. Hugo tem 22 anos, frequenta os eventos desde 2006 e está vestido como Flash, trouxe seus sobrinhos para o encontro, afirma que aqui “é um centro de fazer amigos, é só alegria e não tem bagunça” e que fazer cosplay “é muito melhor do que drogas, muito melhor do que álcool, te dá uma energia boa, você fica feliz, e tá tudo bem com seu corpo, com sua mente, e você não estraga sua vida pra ficar feliz, é um vício gostoso.”

As falas de Hugo se repetem em muitos depoimentos coletados em São Paulo e também em Vitória. Na capital capixaba, circulou outra variante dos vícios abolidos: o cigarro. Jâmile faz cosplay de Tomoyo, melhor amiga de Sakura Card Captors, uma série de mangás adaptada para a televisão como animê. A jovem se veste como colegial, tem uma fita vermelha em seus cabelos negros e lentes de contato azuis. Conta que sua família não apoia o que faz, são muito religiosos, “acham que é coisa do capeta”. “Na verdade”, continua, “eles têm preconceito contra o Japão, acham que lá só tem gente doida”. Entretanto, a jovem não se incomoda com a rejeição familiar e reforça seu bom comportamento ao explicar que “não faz nada demais” e prefere “comprar tecido do que um maço de cigarro.”

Mesmo considerando os episódios de Belo Horizonte, a bebida alcóolica, as drogas, o cigarro parecem não fazer parte da cena cosplay, ao menos não com a frequência em que estão presentes em outras cenas juvenis onde o consumo de álcool e de drogas sintéticas

compõe os estímulos sensoriais reveladores de novas sensibilidades e de uma hiperestesia, como afirma, entre outros pesquisadores, Fernanda Eugênio (2012). Ao estudar a cena carioca, a autora salienta como a música, a bebida, as drogas, as decorações arrojadas dos corpos e as trocas de carícias inscrevem estes corpos jovens no instante, em uma volatilidade. Ainda que com menos estímulos, os emos, citados na sessão anterior, passeiam pela Quinta carregando suas mochilas ou “garrafas contendo bebidas alcoólicas” (BISPO, 2010, p. 29) e também se valem de carícias hetero ou homoeróticas para a “pegação” (op.cit, p. 37).

Nem pegação, nem álcool, nem ecstasy. Não há eventos de animê na *nigth*. A cena cosplay atravessa o dia, mas à noite termina. Convida, mesmo assim, à circulação de corpos, afetos e artefatos exageradamente coloridos. Corpos hiperbólicos, se voltarmos às descrições de Pais (2012) sobre a excentricidade do vestir e o excesso de representação em muitos estilos jovens.

O que instiga é a complexidade desta cena urbana e a dificuldade em generalizá-la. A pesquisa de campo esclarece que o corpo-mídia é multiplataforma para onde convergem as narrativas midiáticas. Narrativas e personagens são performatizados em tecidos, cores, materiais reciclados, maquiagens, misturas insólitas de substâncias que resultam em sangues falsos, perucas customizadas, óculos, toucas, sapatos inventados e uma infinidade de artefatos para a montagem do cosplay.

Não há dúvida sobre a importância que a imagem dos corpos adquire nesta cena, contribuindo para o argumento de que “os jovens investem em sua imagem porque as identidades são uma construção que se logra no visual, na linguagem, nas formas de comunicação e consumo com recurso a múltiplas estratégias cênicas” (CANCLINI apud PAIS, 2003, p. 55) – evidenciando a performance. Mas se as culturas juvenis são performativas porque rejeitam as prescrições impostas pela sociedade (PAIS, 2012), na cena cosplay parece haver negociações entre as performances expressivas, nômades, abertas ao devir e às prescrições sociais. O discurso sobre álcool e drogas reforçam estes acordos.

Vale aqui a perspectiva goffmiana ao tomar como metáfora para o desempenho dos indivíduos a ação teatral. A representação, isto é, a própria crença do indivíduo em seu papel, na impressão de realidade que tenta dar aos outros – precisa de uma fachada, um equipamento expressivo padronizado para a execução de uma prática. As representações podem ser socializadas desta forma, ou seja, “moldadas e modificadas para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade em que é apresentada.” (GOFFMAN, 2011, p.

41). Interessa perceber o aspecto da idealização presente na socialização das representações como aquele que tende a produzir no indivíduo a incorporação de valores morais oficialmente reconhecidos.

No caso dos cosplayers pesquisados, o não ao álcool e às drogas pode ser lido como um modo de negociar sua incorporação às expectativas sociais de um mundo adulto, entendido como responsável, já distanciado do “locus de transgressões toleradas” comuns às representações do ser jovem (EUGÊNIO, 2012). Os cosplayers são constantemente tachados como infantis por gostarem e representarem personagens de narrativas midiáticas comumente destinadas a crianças e adolescentes. Muitos são os jovens que têm dois perfis no facebook, que não revelam aos amigos do trabalho que praticam cosplay ou mesmo são achincalhados quando estão montados.

As performatividades na cena cosplay e a experiência de Beagá marcam a heterogeneidade da própria cena, sua diferença - são vividas em espaços lúdicos, mas em fronteiras borradas em que produtos de consumo proibidos, como bebidas e cigarros, e artefatos exagerados circulam para negociar e ao mesmo tempo negar expectativas e idealizações geracionais.

3. “Brincar custa...”

O *Anime Fest Winter 2013* traz o gene de Cesar Ikko, filho de japoneses, fã e divulgador da cultura de seus ascendentes, é um dos fundadores da AnimeCom, empresa paulista, no mercado de entretenimento desde 1999 que produz o evento de cultura pop japonesa em Beagá em quatro edições ao longo do ano. A programação segue a toada daqueles de São Paulo organizados pela Yamato: shows de bandas jovens, covers em sua maioria, que tocam ritmos como o J e o K Pop, música pop japonesa e coreana respectivamente, e também *animesongs*, as trilhas sonoras dos animês; desfiles e apresentações de cosplays; estandes de produtos ligados à cultura pop, sobretudo, a nipônica; televisões para jogos de vídeo; espaço para jogos de *cards* pokémons; apresentação de *quiz* sobre o universo dos animês.

O que difere a cena experimentada na UNIBH das outras já pesquisadas é seu cenário, para usar a expressão de Goffman (2012), os cosplayers, formas de sociabilidade em torno do cosplay, a circulação de artefatos. O cenário é o ginásio esportivo da Universidade. Grande, barulhento, escuro. Visível são as marcas do *japop*: inúmeros

estandes de vendas de quadrinhos japoneses, pôsteres de personagens de animês e mangás cobrindo parte das paredes. Encontro Júlio Cesar, um jovem de 18 anos, quem confessa querer ter nascido no Japão e acredita “que a cultura japonesa tem explicação para todas as coisas”.

O eco dos alto-falantes ensurdecia a cena envolvida pelos mais variados sons, não apenas com o J Pop que tocava no palco montado no fundo do ginásio. Em certo momento, a música e a dança ferveram os corpos com *Marcarena* e *Harlem Shake* transformando a cena cosplay em uma festa carnavalesca sem muitas máscaras, pois em Beagá são poucos os cosplays completos. Salientando que os cosplayers podem, durante os eventos, participar dos desfiles ou circular pelo espaço, normalmente em grupos, acompanhados pelos amigos e não raro, por familiares.

A cena mineira parece mais pobre com mais jovens negros que Vitória. Entrevistei cosplayers e/ou amantes da cultura pop japonesa que estavam desempregados ou em empregos subalternos: auxiliar de entrega de supermercados, balconista de mercearia, auxiliar de metalurgia, vigilantes, vindos de regiões mais distantes do centro-sul da cidade, onde o evento ocorria: Venda Nova, Sete Lagoas, Boa Vista, Santa Luzia, só para citar algumas áreas mencionadas nos depoimentos. Muitos jovens não estudavam.

Regina Novaes (2012, p. 106) reconhece que “ser pobre, mulher e negra ou pobre, homem e branco faz diferença nas possibilidades de ‘viver a juventude’, assim como o endereço em que moram: “abona ou desabona, amplia ou restringe acessos.” Paula Cristina é uma jovem negra, atendente de telemarketing, tímida, como muitos dos cosplayers mineiros, e não quis ser filmada. Escolheu fazer cosplay de garota McDonald’s porque “é mais parecido com a gente, deu pra fazer porque não existe, digamos assim, é um palhaço. Há um certo respeito por você porque você tá vestido como personagem.”

O depoimento impacta, pois desvela à pesquisa outra possibilidade de interpretar os modos de pertencimento e reconhecimento sociais que o consumo dos artefatos materiais e simbólicos – midiático e afetivo simultaneamente - proporciona. Machado Pais (2012, p. 14-15) ao se referir aos jovens consumidores de drogas ilícitas, explica que estes jovens reclamam por inclusão, pertencimento, reconhecimento, “daí suas performatividades, que não por acaso se ritualizam nos domínios da vida cotidiana mais libertos dos constrangimentos institucionais – os do lazer e do lúdico.” Os jovens partícipes da cena cosplay também clamam por inclusão, pertencimento e reconhecimento, graças ao lazer, ao lúdico e às formas estéticas, ao cosplay que realizam. Fazer o cosplay “bem feito” e ser

reconhecido graças à recriação do personagem por meio de pedidos de fotografias pelos outros frequentadores da cena tem sido depoimento regular nas entrevistas ao longo da pesquisa, desde São Paulo.

No caso de alguns jovens entrevistados em Beagá, como Paula Cristina, observa-se que ela pode interpretar um palhaço, cujo rosto é coberto, “porque é mais parecido com a gente”, “não existe”, “dá pra fazer”, isto é, não exige que ela seja branca e semelhante ao personagem. Sente-se respeitada por encarnar uma celebridade midiática que teoricamente não tem rosto e por isso pode representá-la ou ser representada por ela - denotando a necessidade de inclusão social, de ter voz e visibilidade frequentemente negados aos jovens homens e mulheres, negros e pobres, por outro lado, obtidos graças à participação na cena, ao estatuto alcançado pelo viés da fantasia que permite que se sinta “como o personagem”, dispondo da importância e do valor simbólico que estes seres imaginários gozam na cultura do entretenimento e do consumo.

A relação entre negritude e personagens disponíveis na vasta rede de narrativas midiáticas é também percebida em São Paulo. Dois relatos merecem ser transcritos: José Luiz, publicitário, na faixa dos 40 anos, vestido como *Jedi Mace Winu* -, *Jedi* negro da série *Star Wars* - afirma que só faz cosplay deste personagem para demarcar um posicionamento político: “as pessoas afrodescendentes não têm uma referência e quando têm se alegram em ver.” Do mesmo modo, a cosplayer Mariana, 19 anos, negra, explica o motivo para ter escolhido a personagem Tempestade, do game *X-Men*: “porque tem pouco cosplay que dá pra fazer devido a minha cor.”

Ser negro e dispor de condições para um cosplay mais elaborado, como o fazem o publicitário e a jovem de São Paulo, não parece ser a regra na cena de Beagá. Notar a ausência numerosa de cosplays completos permitiu que no segundo dia do evento, decidisse entrevistar os jovens sem cosplay, mas que dispunham de artefatos sógnicos que indicavam pertencimento à cena: as camisetas pretas e/ou os adereços característicos de personagens, tais quais *bottons*, a capa ou a bandana de Naruto, o boné de Super Mário, a touca de bichinhos animados como Pikachu, personagens bastante comuns à cena cosplay de modo geral. Muitos negros e brancos também circulavam com camisetas pretas.

O processo de transferência de significado cultural, na sociedade de consumo, do qual nos fala Grant McCracken (2012), em que o significado começa na cultura, desloca-se para os bens de consumo e alcança a vida dos consumidores graças a instrumentos que facilitam esta transferência, ajuda a entender porque as camisetas pretas e/ou adereços

servem tanto aos que não têm recursos econômicos para fazer o cosplay como aos tímidos, sem coragem para montar os indumentos e os vestir. Como reporta Thiago, de 22 anos, negro, morador de Boa Vista, MG, desempregado: “aqui todo mundo tem vontade de fazer cosplay, não faz porque não tem dinheiro ou por timidez.” A camiseta preta, lisa ou estampada com cenas de filmes, nomes de jogos, de bandas, com personagens, etc garante que, uma vez que os significados culturais tenham sido transferidos aos bens, os consumidores se apoderem desses significados para construir suas “noções de si mesmo e do mundo (...) Consumidores sempre acham significados de gênero, classe, idade, estilo de vida, tempo e espaço nas suas posses e os usam para moldar aspectos do seu ser” (MCCRACKEN, 2012, p.117).

O consumo destas camisetas não responde apenas à necessidade pragmática destes sujeitos, mas contribui com os significados culturais para as representações identitárias que constroem para si mesmos: ser jovem, roqueiro, nerd, otaku, em seus multipertencimentos, independentemente do que possam efetivamente consumir por meio da compra, que, em geral, “define ‘quem é quem’ no universo social” (FREIRE COSTA, 2004, p. 77), pois como lamenta Yuri, 20 anos, de camiseta preta lisa e sem qualquer adereço: “não faço cosplay porque tem outras coisas pra pagar. Brincar custa”.

Tais artefatos, bens de consumo, adquirem o significado simbólico do cosplay completo ainda que metonimicamente e não são exclusivos da cena em Beagá. Mesmo entre os jovens que não indicam, em seus enunciados, falta de posses, as camisetas são signos de pertencimento estético. Tornam-se cosplays mínimos e de algum modo configuram-se como signos de inclusão e reconhecimento, pois acobertados por estas roupas e/ou acessórios são considerados conhecedores da cultura pop japonesa, respondendo aos *quizzes* referentes a personagens e narrativas propostos - uma atração frequente nas convenções; devem encontrar seus pares, comungar suas preferências, fazer amigos – uma das conquistas destes eventos que se mostram “um espaço de intensa sociabilidade” (LOURENÇO, 2010, p.70).

4. “Se não brincar, que vida triste que vai ser...”

Vale destacar que fazer amigos ou reencontrá-los, fazer cosplay em dupla ou grupo – quando combinam de virem vestidos com cosplays de personagens de um mesmo animê, jogo ou filme para encenarem as narrativas, tirarem fotos, dançarem, apresentarem-se nos desfiles - é um ato constante em todas as cenas pesquisadas na região sudeste do Brasil.

Mas levando em conta as matizes da condição juvenil (NOVAES, 2012), deve-se enfatizar as singularidades da cena cosplay capixaba observadas no evento *Vitória Anime Show*, e também apontar as semelhanças com a cena mineira.

O Clube Álvares Cabral, à beira mar, é sede do evento. Os cosplayers se espalham pela grama que cerca a casa central à guisa de um centro de convivência - avarandada, coberta por um amplo telhado de madeira, sugerindo intimidade. Na relva, há bancos, churrasqueiras. Avistam-se navios que entram e saem do canal. O controle à entrada do clube é fluido, simplificado. E o álcool não está presente na cena. Logo sou tomada pela imagem de uma jovem alta, de shorts curtos quase cobertos por uma longa peruca azul, caminhando de modo a deixar o mar no contra plano de seus passos. Estuda Design na UFES e me conta que os cosplayers costumam se reunir em frente à Universidade, no Parque da Pedra da Cebola.

As condições juvenis de Carolina *Chidori*, seu codinome graças ao primeiro cosplay que fez e pelo qual ficou conhecida, iriam se repetir ao longo dos dois dias. A cena em Vitória reúne mais estudantes do ensino médio e universitários que em Belo Horizonte.

Como em todos os encontros pesquisados, os jovens circulam e dizem fazer novos amigos. Ana Carolina, 21 anos, estudante de Química, na UFES, de Alegre, relata que faz cosplay porque é divertido: “encontrei um grupo do mesmo anime [que o de sua personagem] e a gente ficou se divertindo refazendo algumas cenas do anime e a gente fica assim o dia inteiro brincando(...) nunca vi nada de briga no evento, é aquela coisa gostosa, que dá vontade de tá ali participando.”

Se os jovens da cena cosplay circulam por um mundo performativo, expressando-se por meio de artefatos coloridos, roupas extravagantes, máscaras de heróis infantis que convidam a ficar o “dia inteiro brincando” também respondem às prescrições e aos comportamentos de decoro (GOFFMAN, 2011) negociando códigos, como a recusa a bebidas alcoólicas sugere. Em Vitória, a presença dos jovens na própria organização dos eventos que consubstanciam a cena é maciça, evidenciando nova negociação: o trabalho aliado à ludicidade.

Cristiano, 24 anos, e William, 30, idealizadores do *Vitória Anime Show*, têm trajetórias diferentes: Cristiano desde 2006 trabalha na realização de pequenos eventos para jovens, e aos poucos montou sua própria equipe e, junto com William, este sim fã de cultura pop, criou o selo *Vitória Anime Show*. Muitos jovens cosplayers compõem o grupo: Juliana é uma cosplayer com trajetória além do estado do Espírito Santo, vencedora de algumas

competições e se integrou à organização do evento como apresentadora dos desfiles de cosplays. Igualmente Fernanda, estudante de Arquitetura, 23 anos, premiada em concursos nacionais de cosplays, trabalhou como jurada nos concursos do evento. Bianca, 23 anos, radialista, também jurada, é cosplayer e jogadora de RPG, criadora de um blog sobre casais nerds, pois conheceu Matheus, 26, publicitário, com quem se casou, jogando RPG, ela em Vitória e ele em Teresina, no Piauí.

A pesquisa tem percebido, por meio do trabalho empírico, que a paixão infantil pelos animês, vistos pela extinta tevê Manchete, e, depois pelos mangás, responde à iniciação destes jovens à cultura pop japonesa que para muitos derivou para o desejo de ir às convenções e fazer cosplay. O mundo do trabalho parece corresponder à mesma extensão, e, talvez, por isso, muitos cosplayers tenham transformado a experiência lúdica em experiência lucrativa. Esta face da cena cosplay, encontrada em Vitória, tem se mostrado em eventos de São Paulo, a exemplo do *CosRock Festival*, já citado, e do *Faraway Anime*, idealizado por Liliam Carvalho, de 22 anos, também cosplayer. Do mesmo modo, a presença de standistas que foram cosplayers e hoje comercializam produtos relacionados ao universo pop tem sido comum. Ainda em Vitória, encontramos jovens cosplayers participando das vendas de camisetas.

Outra marca das relações entre o universo lúdico, expressivo e performático, e o mundo prescritivo do trabalho é o surgimento dos cosmakers, aqueles que criam os costumes, muitos também cosplayers, como Júlio, entrevistado em Beagá. Ele trabalha como técnico em informática, mas tem um ateliê onde executa armas, roupas, experimentando materiais diferentes, realizando seus próprios trajes e os comercializando também.

As cenas pesquisadas em São Paulo já tinham revelado a presença de muitas pessoas “mais velhas” com seus cosplays. Falamos em uma prática jovem de fato desconsiderando as determinações biológicas, mas sim, a dimensão cultural, histórica desta categoria. Por isso não foi surpresa encontrar, na cena de Vitória, Maria do Carmo, vestida como *maid*, com suas filhas Luana e Lívia, como vocaloides, prontas para o desfile. Insólito foi receber das mãos de Maria do Carmo um cartão anunciando a loja de fantasias e cosplays recém-inaugurada na garagem de sua casa. De tanto costurar os cosplays para suas filhas, e, depois para si mesma, resolveu comercializar cosplays, além de participar dos desfiles, posar para muitas fotos e “viajar nas fantasias.”

“É um evento de comércio também”, conforme relata Matheus, porém, entrar na cena é “se desligar, entrar noutra mundo (...) se você não tem um escape, como pode ser criativo?” Pergunta Bianca, e, completa seu argumento: “se não brincar, que vida triste vai ser”. Aqui, o performático imiscui-se ao prescritivo e o consumo desvela-se na circulação de capital, de afetos e de artefatos.

5. Considerações finais

As cenas pesquisadas trouxeram semelhanças relacionadas ao modo como os cosplayers de Beagá e Vitória constroem seus artefatos, sob a forma estética do cosplay: trazem da internet imagens de referência para compor seus personagens, pesquisam, por meio dos tutoriais, como customizar perucas, fazer roupas, sangue, máscaras, etc; ajudam uns aos outros, em sua maioria, relatam solidariedade. A participação familiar também é citada: mãe, tias, avós, pais, quando apoiam o que fazem, costuram, constroem acessórios. Muitos referem a estilistas ou costureiras, mas sempre participam do processo, ao menos com a feitura de adereços.

O comportamento nos eventos também é similar: circulam, fotografam, brincam, performatizam. Em sua maioria rejeitam bebidas alcoólicas e cigarros. Frequentam a cena com amigos; fazem novos amigos, cultivam os antigos pelas redes sociais e marcam encontros presenciais nos eventos. Consomem produtos da cultura pop japonesa e/ou ocidental.

Porém, vivem suas juventudes de modo diverso. Ser estudante, sustentado pelos pais e/ou estar empregado com atividades rentáveis permite usar cosplays completos ou mais elaborados. O consumo material de artefatos, de formas estéticas, entre os cosplayers de Beagá e Vitória, não circula da mesma maneira, revelam diferenças sociais. O consumo simbólico, afetivo e midiático, cuida, entretanto, de garantir a brincadeira, ainda que brincar também custe.

Referências

ALMEIDA, M.I.M. “‘Zoar’ e ‘ficar’: novos termos da sociabilidade jovem. In: ALMEIDA, M. I. M e EUGÊNIO, F. (Orgs). **Culturas Jovens**: novos mapas de afeto. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

- BISPO, R. “Heterotopias emo: notas etnográficas sobre desvios e inversões da juventude em core no Rio de Janeiro. In: VELHO, G. e DUARTE, L. (Orgs). **Juventude contemporânea: cultura, gostos e carreiras**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2010.
- BLUM, A. **The Imaginative Structure of the City**. Montreal: McGill-Queen’s University Press. 2003.
- EUGÊNIO, F. “Corpos voláteis: afeto e consumo na ‘cena carioca’”. In: ALMEIDA, M. I. M e EUGÊNIO, F. (Orgs). **Culturas Jovens: novos mapas de afeto**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- FREIRE COSTA, J. “Perspectivas da juventude na sociedade de mercado”. In: NOVAES, R e VANUCCI, P. (Orgs). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo, 2004.
- FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da Resistência juvenil: Os Estudos Culturais e as Micropolíticas do Cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- GOFFMAN, E. **Representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- LOREIRO, A. L. “Otakus: jovens brasileiros e cultura pop nipônica. In: VELHO, G. e DUARTE, L. (Orgs). **Juventude contemporânea: cultura, gostos e carreiras**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2010.
- LOTMAN, Iuri. Acerca de la Semiosfera. In: **La Semiosfera I**. Madri: Ediciones Cátedra, 1996.
- MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo II**; mercados, significados e gerenciamento de marcas. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.
- NOVAES, R. “Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias. In: ALMEIDA, M. I. M e EUGÊNIO, F. (Orgs). **Culturas Jovens: novos mapas de afeto**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- NUNES, Mônica. “A cena cosplay: vinculações e produção de subjetividade”; Em: **Revista Famecos**(Online); vol.20, p.430- 445, agosto, 2013.
- _____. “A Emergência da Cena Cosplay nas Culturas Juvenis”. **XXII Encontro Anual da COMPÓS**. GT Comunicação e Cultura. Encontro Anual da COMPÓS -Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Salvador, Bahia; p. 1-17 (atas eletrônicas), 2013a.
- _____ Consumo musical nas culturas juvenis: cosplay, mundo pop e memória. **Revista Contracampo**, n.25, dez 2012. Niterói: Contracampo, 2012. p-80-96.
- _____ e BIN, Marco. “A voz e o gesto performáticos juvenis: poesia e cosplay em São Paulo.” **Animus** (Santa Maria. Online). Vol.12 série 24, p. 359-376, 2013 b
- PAIS, José M. “Jovens e cidadania”; In: **Sociologia, Problemas e Práticas**, n.º 49, pp. 53-70, 2005. Disponível em <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n49/n49a04.pdf>. Acessado em fevereiro de 2014.
- _____ “Buscas de si: expressividades e identidades juvenis”. In: ALMEIDA, M. I. M e EUGÊNIO, F. (Orgs). **Culturas Jovens: novos mapas de afeto**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- REGUILLO, Rossana. **Culturas juvenis: formas políticas del desencanto**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2012.

STRAW, W. and BOUTROS, A. (Orgs.). **Circulation and the city:** essays on urban culture. Montreal: McGill-Queen's University Press.

STRAW, Will. Cultural Scenes. **Loisir et société/society and leisure**, vol.27, n.2., 2004. Disponível em <http://strawresearch.mcgill.ca/straw/loisirarticle.pdf> último acesso em 25 de agosto de 2013.