

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPIRITO SANTO - UFES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

**Cosplayers no Brasil: O Surgimento de Uma Nova Identidade Social
na Cultura de Massas**

Leconte de Lisle Coelho Junior

CAPES

Vitória
2008

Leconte de Lisle Coelho Junior

**Cosplayers no Brasil: O Surgimento de Uma Nova Identidade Social
na Cultura de Massas**

Tese submetida como requisito
parcial para a obtenção do grau
de Doutor em Psicologia, sob a
orientação do Prof. Dr. Paulo
Rogério Meira Menandro.

UFES

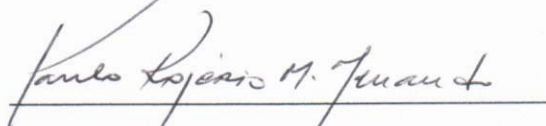
Vitória, Dezembro de 2008.

Cosplayers no Brasil: O Surgimento de Uma Nova Identidade Social na Cultura de Massas


Leconte de Lisle Coelho Junior

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Psicologia.

Aprovada em 19 de Dezembro de 2008 por:




Prof. Dr. Paulo Rogério Meira Menandro



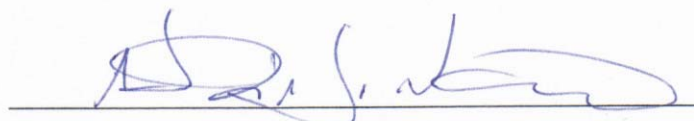
Prof.ª Dra. Maria Margarida Pereira Rodrigues



Prof. Dr. Sávio Silveira de Queiroz



Prof. Dr. José Vaz Magalhães Néto



Prof. Dr. Adriano Roberto Afonso do Nascimento

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade Federal do Espírito Santo, ES, Brasil)

C672c Coelho Junior, Leconte de Lisle, 1973-
Cosplayers no Brasil : o surgimento de uma nova identidade social na cultura de massas / Leconte de Lisle Coelho Junior. – 2008.
279 f. : il.

Orientador: Paulo Rogério Meira Menandro.
Tese (doutorado) – Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais.

1. Cosplayers. 2. Cultura popular – Japão. 3. Identidade social.
I. Menandro, Paulo Rogério Meira. II. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Ciências Humanas e Naturais. III. Título.

CDU: 159.9

“Verifica-se praticamente em todo o mundo uma forte tendência no sentido de preservar ou alcançar a diversidade de características próprias e duma identidade específica”.

(Henri Tajfel)

Dedico este trabalho aos meus pais, Roziane Maria de Resende Coelho e Leconte de Lisle Coelho.

Agradecimentos

Agradeço ao Prof. Dr. Paulo Rogério Meira Menandro por ter-me aceito em seu grupo de pesquisa, principalmente na qualidade de doutorando. O período em que participei das suas aulas também foram de um grande aprendizado.

Ao Prof. Dr. Sávio Silveira de Queiroz e à Profa. Dra. Maria Margarida Pereira Rodrigues pela participação na banca de qualificação e pelos apontamentos pertinentes ao projeto. Além disso, por terem aceito fazer parte da banca de doutoramento. E à Profa. Dra. Maria Cristina Smith Menandro, por suas aulas com as quais pude ter uma visão ampla das relações entre representações sociais e identidade social.

À Profa. Dra. Gabriela Maria Ramos Gonçalves que me recebeu em seu grupo de pesquisa na Universidade do Algarve, bem como às discussões sobre o tema. Agradeço ao Prof. Dr. Adriano Roberto Afonso do Nascimento da Universidade Federal de Minas Gerais pela leitura da tese e por ter aceito fazer parte da banca de defesa. Expandindo meus agradecimentos nos mesmos termos ao Prof. Dr. José Vaz Magalhães Néto da Universidade Federal da Paraíba, antigo mestre da graduação a quem reencontro mais uma vez.

À Profa. Dra. Norma Sandra de Almeida Ferreira, da Unicamp, pela leitura, correção do texto (responsabilizo-me pelos erros de idioma aqui porventura encontrados) e valiosos apontamentos que ajudaram a melhorar o material. À Profa. Olívia Novoa Fernández, da Universidade do Algarve, por ter acompanhado o processo de construção deste trabalho, com paciência e compreensão.

Aos meus amigos que também construíram e inspiraram este trabalho: Rosa Maria, Emiliano José, Eliana Guimarães, Maria do Socorro, Maria Genildes e Wilson. À todos os cosplayers que aceitaram realizar as entrevistas nesta pesquisa, bem como àqueles que participaram dos pré-testes em São Paulo e Sergipe. Ao próceres e pioneiros da colonização japonesa no Brasil que neste ano completa seu centenário.

Às funcionárias Maria Lúcia Ribeiro Fajóli e Karen Muniz Feriguetti da secretaria do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social e do Desenvolvimento da UFES. Aos funcionários dos serviços das bibliotecas da Unicamp, UFRGS, USP e Ualg.

E à CAPES, agência de fomento que manteve o apoio financeiro indispensável ao trabalho aqui escrito, e que propiciou a partir do Programa de Doutorando no Brasil

com Estágio no Exterior (PDEE) a minha estadia na cidade de Faro, em Portugal, bem como a possibilidade de continuar os estudos desta temática na Universidade do Algarve.

RESUMO

Este estudo enfoca a identidade social formada a partir de um grupo de cosplayers do estado do Espírito Santo. Os cosplayers são pessoas que se travestem com roupas de personagens de mangás (revistas em quadrinhos de origem japonesa), animes (desenhos animados de origem nipônica) e *games* diversos. Esta prática está suportada pela cultura popular japonesa inserida no meio social capixaba. A amostra contou com 12 informantes, com média de idade de 18,66 anos ($DP = 1,44$). Os principais resultados demonstram que existe uma tendência muito grande em se montar cosplays provenientes da mídia nipônica em detrimento de outras, os atributos psicológicos das personagens escolhidas aparentemente mantêm uma vantagem sobre outros aspectos ao se decidir por uma personagem. E finalmente estas pessoas sentem-se como sendo formadoras de um grupo social que se baseia em duas categorias estruturais interativas: “Performance” e “Diversão” que podem ser consideradas típicas da sociedade de entretenimento da cultura de massas.

Palavras-chaves: cosplayers; cultura popular japonesa; identidade social.

ABSTRACT

This study aims at focusing on the social identity of a group of cosplayers in the brazilian state of Espírito Santo. Cosplayers are transvestites that wear gowns typical of the characters found in mangás (Japanese cartoon magazines), and animes (caricatures in several games of nipponese origin). This practice has been supported by the japanese popular culture inserted into the state's social environment. The sample counted on 12 informers, in an average medium of 18,66 years of age ($DP = 1,44$). The main results show that there is a great tendency in creating cosplayers that come from the nipponese media in detriment of others. These chosen character's chief psychological traits apparently maintain some advantage over other aspects when people decide upon a certain characterization. Finally, these people feel themselves as creators of a social group that is based on two structural interactive categories: "Performance" and "Diversion", which can be considered as typical of the entertainment mass culture society.

Key- words: cosplayers; japanese popular culture; social identity.

RÉSUMÉ

Cette étude traite d'identité sociale constituée à partir d'un groupe de cosplayers de l'État d'Espírito Santo (Brésil). Les cosplayers sont des gens qui se déguisent en personnages mangá (bandes dessinées japonaises), animes (dessins animés d'origine nipponne) et des jeux-vídeo. Celle-ci est une pratique habituelle au sein de la culture de la communauté japonaise d'Espírito Santo. L'échantillon a été formé par 12 individus, avec une moyenne d'âge de 18,66 ans ($DP = 1,44$). Les résultats démontrent l'existence d'une tendance assez grande de devenir cosplays dont la provenance sont les média japonaises, et qui, les caractéristiques psychologiques du personnage sont primordiales em choisissant le personnage. Et, finalement, que ces gens se sentent integres dans un groupe social base sur deux catégories: "Performance" et "Divertissement" ceux-ci sont considérées typiques de la société du divertissement au sein de la culture de masse.

Mots-clés: cosplayers; culture populaire japonaise; identité sociale.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1. MEIOS DE COMUNICAÇÃO	20
1.1 - Desenvolvimento da Capacidade de Comunicação Humana	22
1.2 - Instrumentos da Cultura de Massa: Livro/Jornal/Revista, Rádio, Cinema, Televisão e Internet.	28
1.2.1- Os Livros, os Jornais e as Revistas (Magazines)	29
1.2.2- O Cinema	35
1.2.3- O Rádio	36
1.2.4- A Televisão	38
1.2.5- A Internet	40
1.3- Símbolos, Linguagem e Mídia.	42
2. COSPLAYERS: A IDENTIDADE SOCIAL	56
2.1- Uma Breve História do Japão e o Surgimento de sua Cultura Pop	56
2.2- Os Otakus e a Estética Cosplayer	79
2.3-Identidade Social	91
2.3.1- Teoria da Identidade Social de Michel Maffesoli	95
2.3.2- A Teoria da Identidade Social de Antony Giddens	99
2.3.3- Teoria da Identidade Social de Henry Tajfel	106
3. MÉTODO	112
3.1 – Objetivos da Investigação e Fontes de Informação	112
3.2 – Características dos Participantes	114
3.3- Instrumento	115
3.4 - Procedimento	116
3.5 - Análise de Dados	116
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	119
5. CONCLUSÃO	162
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	167
ANEXOS	182

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - AMOSTRA	115
QUADRO 2 - PRODUÇÕES DOS COSPLAYERS	120
QUADRO 3 - ORIGEM DOS COSPLAYS	121
QUADRO 4 - IMPORTÂNCIA DO COSPLAY NO USO DA INTERNET	123
QUADRO 5 - TEMPO DE CONTATO COM MANGÁS E ANIMES	125
QUADRO 6 – CATEGORIAS DE SITUAÇÕES RECONHECIDAS PELOS PARTICIPANTES COMO SENDO O PRIMEIRO CONTATO COM O “MUNDO COSPLAY”	126
QUADRO 7 - CATEGORIAS DE PALAVRAS EVOCADAS E ORDEM DE EVOCAÇÃO, POR PARTICIPANTE.	139
QUADRO 8 - PARTICIPAÇÃO EM OUTRO TIPO DE GRUPO	142
QUADRO 9 - MOTIVAÇÃO PARA A ESCOLHA DO PERSONAGEM	145
QUADRO 10 - RELACIONAMENTO AFETIVO E REPRESENTAÇÃO SOBRE COSPLAY	147
QUADRO 11 – REAÇÃO DE AMIGOS E COLEGAS DE ESCOLA DO PARTICIPANTE À SUA PRÁTICA DE COSPLAY	149
QUADRO 12 – REAÇÃO DA FAMÍLIA DO PARTICIPANTE À SUA PRÁTICA DE COSPLAY	154

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- CULTURA E DISPERSÃO DE SEUS CONTEÚDOS.	52
FIGURA 2 – FACETAS DA IDENTIDADE COSPLAY	141

INTRODUÇÃO

O interesse em realizar esta pesquisa começou a se formar no ano de 2002 quando me deparei com alguns mangás (revistas em quadrinhos de origem japonesa) em uma banca de jornal próxima a minha casa, na cidade de João Pessoa. Imediatamente após experimentar o sentimento de surpresa pensei que aqueles títulos derivados de alguns desenhos animados exibidos na televisão brasileira (no caso eram Cavaleiros do Zodíaco, Card Captors Sakura e Dragon Ball) seriam uma moda passageira. Imaginei que algumas editoras poderiam ter publicado aquele material como uma maneira mais rápida de lucrar algum dinheiro por um curto tempo.

Este tipo de pensamento me ocorreu, pois afinal de contas o mercado editorial brasileiro sempre esteve à mercê dos *comics* estadunidenses. As revistinhas em quadrinhos da *Disney*, *Marvel* e *DC Comics* têm sido as principais detentoras das atenções das crianças desde a década de 1960. Retirando-se algumas malfadadas experiências, “A Turma da Mônica” vem sendo basicamente a representante nacional. Porém, os mangás eram diferentes de tudo o que conhecia sobre o que circulava no mercado editorial e os títulos japoneses como os exemplos acima citados, para mim, promoveram um impactante e repentino espanto.

Ainda no final do ano de 2002, agora na cidade de Aracaju (SE), em uma revistaria, tive mais uma surpresa. Pela primeira vez deparei-me com os *cosplayers* de personagens de mídia japonesa. Após os dois tradicionais eventos paulistanos, *Animecon* e *Animefriends* algumas revistas especializadas nesta área lançaram publicações a respeito da confecção das fantasias usadas em tais manifestações, além de inúmeras fotografias e reportagens com os ganhadores dos concursos.

Depois de ter resistido por algum tempo à tentação de comprar alguns exemplares que me lembravam desenhos animados japoneses (*animes*) do tempo da minha infância, resolvi experimentar, no início do ano de 2003, a novidade com os seguintes títulos: *Fushigi Yûgi* e *Inu Yasha*. A partir da minha curiosidade, que foi aumentando à medida que devorava as páginas de papel jornal destes mangás, fui adentrando no mundo desta mídia japonesa. Passei a conhecer as particularidades e por fim a história deste movimento midiático japonês e sua importação para países do ocidente, entre eles o Brasil.

Nessas interessantes incursões, decidi fazer uma pesquisa sobre a violência nos mangás. Decisão tomada, inclusive pelo fato de já ser bem aventado o assunto de que os

mesmos poderiam influenciar a formação de comportamento agressivo por partes dos leitores e também dos telespectadores, no caso dos animes (Coelho Junior, 2005; Fusari, 1985; Kodaira, 1999).

A seguir, comecei a questionar se não haveria *cosplayers* na cidade de Aracaju e em outras cidades do Brasil afora São Paulo. À medida que fui buscando, localizei uma pequena reportagem na televisão sobre o *Animefriends* daquele ano e lembrei-me de já ter visto, no tempo em que a Rede de Televisão Manchete ainda existia, outras duas reportagens sobre eventos vinculados aos fãs do seriado “Star Trek” (no Brasil foi lançado com o título de “Jornada nas Estrelas”) em que as pessoas também se vestiam como as personagens.

Todos esses acontecimentos e informações que fui organizando e que me chamavam tanto a atenção tinham como centralidade um fenômeno psicossocial que acontecia a alguns anos em outros países e não apenas no Brasil. Neste momento estava interessado em realizar uma pesquisa sobre este assunto e investigar sobre a disponibilidade de algum material científico relacionado. Ao buscar outros estudos sobre a temática, a resposta foi negativa, nenhum livro, capítulo ou artigo havia sido publicado no Brasil até aquela altura.

Encorajado, e sabendo de um evento – o Iº Aniverse - que seria organizado no mês de outubro de 2003 na cidade de Aracaju, criei um roteiro baseando-me em outro já existente (Akemi, 2003) e fui a campo. A organização desse evento contou com cerca de mil e quinhentos (1.500) participantes, dentre eles muitos *cosplayers*.

A coleta de dados se mostrou eficiente, haja vista ter sido bem recebido pela comissão organizadora do Iº Aniverse. A depuração dos dados durante o ano seguinte contou com a ajuda de uma ex-aluna também interessada no assunto e finalmente os resultados foram exibidos em alguns congressos científicos (Coelho Junior & Silva, 2004; Silva & Coelho Junior, 2004) chamando positivamente a atenção da comunidade, tendo sido posteriormente publicado (Coelho Junior & Silva, 2007)

Após a experiência com o evento nordestino, acabei por decidir-me a realizar o doutoramento, escolhendo o Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo onde pensava realizar uma tese sobre a violência nas escolas. No período em que estive na cidade de Vitória para realizar a seleção, ainda soube de outro evento que ocorreria em São Paulo.

Sem pensar duas vezes, me dirigi ao evento de nome “*Ressacanime*”, realizando minha segunda experiência com os *cosplayers*. Neste momento percebi que haveria a

possibilidade de iniciar minha pesquisa de doutoramento usando este fenômeno como tema central, e com a anuência de meu orientador, assim foi feito. Depois disso, surgiu a preocupação de como configurar tal interesse no formato de uma pesquisa com densidade investigativa e teórica nos termos de uma tese de doutoramento.

No que diz respeito à psicologia social, o processo de identificação social pode ser explicado a partir principalmente dos estudos de Henry Tajfel (1982a), que depois da Segunda Guerra Mundial, no século XX, considerou importante a exploração desta faceta da vida em grupo.

Como ocorre o processo de coesão grupal? Como se formam as hierarquias sociais? Porque os grupos se desvanecem? Quais as estratégias de liderança e por que as pessoas vivem em grupos? Esses foram alguns dos questionamentos norteadores das pesquisas de Tajfel (1982a). Alguns de seus sucessores também tentaram dar continuidade à teoria e aos estudos por ele iniciados, porém suas próprias proposições resultaram em efeitos mais duradouros e fecundos na psicologia social, como será visto mais adiante (Turner, 1975, 1999).

Além das questões sobre a vida em grupo, tornou-se importante para esta pesquisa, os estudos ligados à mídia, ou seja, ao conjunto dos meios de comunicação de massa. Como estão em jogo veículos ou meios de difusão de conhecimento em que as informações são encaminhadas em grande volume e em alta velocidade, e considerando que os grupos sociais não podem prescindir das informações por eles difundidas, tais pessoas vivem possibilidades concretas de serem afetadas por elas. O conjunto de instrumentos midiáticos, tais como a televisão, o rádio, o jornal, as revistas (magazines), o cinema, as revistinhas em quadrinhos e, atualmente, as diversas modalidades de fontes disponíveis na internet, são os provedores da chamada cultura de massa.

A parte introdutória da pesquisa que aqui se apresenta é dividida em dois capítulos. O primeiro abordará a constituição histórica da mídia, destacando os diversos meios de comunicação e os possíveis efeitos que eles produziram ou podem vir a produzir nas mais diversas comunidades humanas. Além disso, as possíveis relações entre a linguagem e esses veículos de comunicação, tanto no seu aspecto significativo quanto no simbólico.

No segundo capítulo será abordado mais especificamente o tema em si desta tese, ou seja, os *cosplayers*. O fenômeno psicossocial que leva as pessoas a travestirem-se com as roupas de personagens de desenhos animados (animes), *games*, *animesongs* e revistas em quadrinhos (mangás) de origem japonesa. Tenta-se identificar fatores

associados ao seu surgimento e discutir proposições teóricas iniciais produzidas nas tentativas de análise do fenômeno. O capítulo inclui ainda a exposição descritiva do escopo teórico desta pesquisa, momento em que a teoria da identidade social de Henry Tajfel será apresentada, de forma articulada com alguns outros modelos que possam contribuir para a reflexão e discussão teórica da temática.

Este trabalho é uma tentativa de compreender a origem e o contexto da motivação dos integrantes deste grupo específico – os *cosplayers* – para se comportarem da maneira como o fazem, o que os impele a se organizarem como um grupo e quais são seus objetivos ao agirem como tal.

1. MEIOS DE COMUNICAÇÃO

É impossível pensar em um grupo humano que sobreviva temporalmente como um conjunto sem partilhar conhecimentos, regras e ações de interesse comum aos seus componentes. Só é admissível que tal ação ocorra havendo possibilidades de comunicação eficiente entre os membros do grupo, sendo a linguagem o elemento primordial dessas emissões de mensagens. Mais ainda, é preciso que o grupo compartilhe um conjunto de formas de compreender e explicar acontecimentos, uma união de estratégias para agir em diversas situações que ocorrem com frequência, além de símbolos associados aos aspectos mencionados até aqui.

Ao falar em comunicação humana é essencial registrar que ela se dá em contextos culturais, e só assim adquirem sentidos, ou seja, só na presença de elementos que possam ser percebidos com algum nível de compartilhamento intersubjetivo é possível falar em transmissão e recepção de informações. Antes de prosseguir no relato sobre os meios de comunicação, é passo importante caracterizar o que está sendo entendido como cultura. Conforme Ribeiro (1975, p. 140), cultura

“é um conjunto de fatos diretamente perceptíveis ou inferíveis pelo estudo dos produtos materiais da ação humana conformado segundo padrões standardizados; pela observação das formas recorrentes de conduta vividas de acordo com normas prescritas; e pela análise das manifestações de valores, crenças e explicações veiculadas através de sistemas simbólicos de comunicação”.

Pode ser também pensada como o faz Elias (1994, p. 7):

“Cultura é a herança social de uma comunidade humana, representada pelo acervo co-participado de modos padronizados de adaptação à natureza para o provimento da subsistência, de normas e instituições reguladoras das relações sociais e de corpos de saber, de valores e de crenças com que seus membros explicam sua experiência, exprimem sua criatividade artística e a motivam para ação”.

Acrescenta-se ainda uma definição de cultura proposta por um pensador da psicologia (Boesch, 1991, p. 29):

“Sendo um campo de ação, a cultura oferece possibilidades, mas na mesma mão estipula condições para a ação; ela circunscreve metas, que podem ser alcançadas por certos meios, mas também estabelece limites para ações corretas, possíveis e, ainda, desviantes. (...) Como campo de ação, a cultura não só controla e induz a ação, mas é também continuamente transformada por ela; portanto, a cultura é tanto um processo como uma estrutura”.

Nas definições apresentadas acima um dos pontos comuns que se destaca com clareza é o da impossibilidade de se falar em cultura humana sem mencionar os processos de comunicação. A última definição apresentada referencia ainda o caráter processual e de mútua influência mais a regulação entre comportamento e configuração da cultura de qualquer comunidade.

A manutenção do vínculo social que congrega integrantes de um corpo social pressupõe a existência de redes de comunicação, mais ou menos intrincadas conforme o tamanho e a complexidade da organização das atividades da comunidade, a partir das quais são partilhados alguns interesses e propósitos comuns que contribuem para a manutenção da coesão daquele grupo que já compartilha uma linguagem específica. Nas sociedades complexas atuais os meios de comunicação de massa são parte essencial das mencionadas redes.

À medida em que as sociedades contemporâneas vão se desenvolvendo, também, as formas de comunicação necessariamente se alteram. Acompanhando e ajustando-se às mudanças nas diferentes modalidades de organização social. “Comunicar é tornar comum” (Vergueiro, 1985, p. 27) ou, em outras palavras, comunicar é fazer com que os objetos sociais se tornem naturais ou reconhecíveis às pessoas. É um ato de descoberta contínua do mundo e sua realidade.

Não é surpreendente que existam variadas formas de comunicação entre indivíduos e entre grupos sociais que foram se formando ao longo do tempo: comunicação falada, gestual/corporal, ilustrada (valendo-se dos mais diversos meios) e, escrita. Todas envolvidas na principal forma de expressão disponível nas sociedades complexas atuais, possibilitada pelo avanço tecnológico: a comunicação de massa (Vergueiro, 1985).

No caso do presente estudo o foco de interesse está exatamente na comunicação de massa, que envolve grande quantidade de informação e atinge grandes contingentes

de pessoas durante quase todo o tempo. Outra consideração indispensável diz respeito ao fato de que uma cultura de massas (na qual faz sentido falar em comunicações de massas) só se configura em associação com alguns fatos sociais propiciatórios como, por exemplo, a urbanização, a industrialização e a valorização do desenvolvimento econômico (Guimarães, 2002).

Sociedades com tais características exigem modalidades especiais de comunicação ágeis e que alcancem muitos indivíduos simultaneamente, o que é facultado pelo desenvolvimento tecnológico que alcançaram. As informações que circulam pelos veículos de comunicação próprios desse tipo de sociedade (rádio, televisão, cinema, jornal e internet) podem ser relativamente precárias e fugazes.

Tais veículos de comunicação cumprem papel informativo associado a interesses comerciais, sendo eventualmente difusores de novidades, e contribuindo para que determinadas informações e maneiras de conceber o pensamento sobre o mundo surjam. Destarte tal fato, determinam ainda formas de agir nesse ambiente, a fim de serem incorporadas ao arsenal de conhecimento mais consolidado, no sentido de serem mais compartilhados por grupos específicos. Isto caracteriza a cultura - tanto em sua vertente de conhecimentos populares tradicionais como em seu viés de normas cultas e conhecimento erudito.

Uma das tarefas para as quais a psicologia pode e deve contribuir é a de buscar compreender os processos envolvidos na gênese e nas alterações das concepções ou formas de pensar relativas à realidade social com as quais as pessoas lidam com o seu mundo, decidem suas ações, e se apropriam de/ou descartam elementos presentes na cultura em que estão imersas. É evidente que essa tarefa também engloba o entendimento do comportamento social dos grupos e suas interações com os meios de comunicação (Coelho Junior, 2005; Couto & Menandro, 2003).

Na próxima sessão discorrer-se-á sobre o empreendimento do desenvolvimento de sistemas de comunicação e como tais sistemas alcançaram o nível das comunicações de massas que abrangem uma larga camada da população em vários países, abordando o aspecto histórico, as proposições teóricas pertinentes e os principais instrumentos midiáticos na atualidade.

1.1 - Desenvolvimento da Capacidade de Comunicação Humana

Em um trabalho extenso e minucioso, DeFleur e Ball-Rokeach (1993) traçam uma história do desenvolvimento das transações comunicacionais, começando em uma remota pré-história até os dias de domínio da televisão e internet. Desde o surgimento dos mamíferos primitivos até o aparecimento dos primeiros primatas transcorreram dezenas de milhões de anos, aos quais se somam outros milhões de anos do processo evolutivo de hominização, em um padrão de vida gregária organizado em grupos dispersos. Sendo isso caracterizado pelo nomadismo e por atividades de coleta e caça, ações essas ao longo das quais se considera que a partir de diferentes homínídeos a evolução resultou na espécie humana tal como se conhece atualmente.

O progresso da humanidade implicou na articulação de características biológicas e comportamentais, aí incluídos elementos que podem ser classificados como culturais. Com as condições ambientais disponíveis, da qual resultaram adaptações complexas, alguns grupos conseguiam sobreviver e gerar descendência em condições de se desenvolver e se reproduzir.

Mesmo considerando que o processo ocorre com grupos nômades cuja atividade de coleta e caça proporcionava acesso ao alimento e à água, é pressuposição evidentemente aceitável a existência de algum nível de encadeamento das ações e interações dos componentes de tais grupos – organização essa que não poderia ocorrer na ausência de comunicação entre eles. Como assinala Gontijo (2001, p. 17):

“Muito antes de existir uma linguagem estruturada ou mesmo sons com algum significado, havia comunicação entre os homens. (...) A comunicação se fazia através do gesto, da expressão facial e corporal, do tato, da visão e do olfato. O olhar, a atitude e a postura certamente criavam uma linguagem para além do que a voz pudesse estar transmitindo, mesmo antes do surgimento do léxico”.

A comunicação oral pela via da linguagem é, provavelmente, um dos passos mais fundamentais no processo de evolução do cérebro humano, portanto, no processo de hominização. Mesmo que se possa falar em algum tipo de tradição cultural (ou proto-cultural) em animais, é a linguagem falada, tal como praticada pelos humanos, que amplia sem limites as possibilidades e desdobramentos da organização cultural (Leahey & Lewin, 1980; Strayer, 2000).

Na verdade, todos os grupos humanos isolados que ainda viviam nas condições descritas acima – nomadismo juntamente com coleta e caça - e que se tornaram conhecidos nos últimos séculos, exemplificam sem exceção a evidência de que a linguagem se desenvolveu em todos eles, assim como também mostram que a cultura está presente em todos eles (Gontijo, 2001).

O uso da linguagem, portanto, parece ter se desenvolvido como parte integrante do processo de hominização, como parte de um processo evolutivo que envolvia um organismo cuja ação resultava de uma articulação biopsicossocial, não havendo razão para supor que tenha sido inventada por algum grupo humano e depois transmitida a outros (Gontijo, 2001; Strayer, 2000).

É certo que, ao longo do processo de hominização, diferentes formas de organização das interações entre componentes dos grupos humanos podem ter surgido e fenecido em decorrência de sua condição adaptativa. Como parte de tal processo houve desenvolvimento de ferramentas e artefatos (de proteção, de transporte, de adorno, de comunicação simbólica, entre outros).

Só através de tais instrumentos, ou outras evidências de intervenção ambiental, que tenham sido preservados em condições naturais propícias é que se pode conjecturar apoiado em algum fundamento concreto sobre como aquelas pessoas viviam seu dia-a-dia, que tipo de conhecimento partilhavam, e como se comunicavam. Infelizmente, a própria linguagem de alguns povos, antes do surgimento da escrita, não deixa registros que pudessem ter sido preservados (Ribeiro, 1968/1987, 1975).

Entre os mais conhecidos exemplos de aspectos preservados da comunicação de grupos humanos que viveram em épocas remotas estão as inscrições feitas em cavernas e outros sítios com características especiais. Muitas delas registram animais e atos de caça ou aspectos associados a manifestações místicas (Alves, 2001; Gontijo, 2001; Marcondes Filho, 1996).

O desenvolvimento dos processos de comunicação se dá, então, concomitantemente ao curso de construção e consolidação das diferentes culturas humanas. Como destacam Bussab e Ribeiro (1998), a linguagem é uma excelente evidência para a ação decisiva da evolução sobre os comportamentos culturais, pois “se de um lado ela pode ser entendida como essencial à cultura, como fruto desta, por outro está fortemente enraizada em propriedades biológicas ligadas à estrutura cerebral, à anatomia do sistema fonador e à herança da capacidade lingüística” (p. 180). Usando uma frase de Leakey e Lewin (1980), é possível dizer que “a rica trama das culturas

humanas é, pois, tecida a partir da linguagem falada” (p. 180). Por outro ângulo Magalhães Néto (2008) lembra que há teorias que divergem deste ponto.

Realizando um enorme salto cronológico, é necessário mencionar o que parece ter sido um passo decisivo para o surgimento das sociedades complexas que hoje se conhecem: o abandono do nomadismo, dando lugar aos primeiros aglomerados de pessoas fixadas em determinado local, isto é, as primeiras cidades.

Estas concentrações populacionais com centenas de habitantes representam algo muito diferente das tribos nômades, descritas com não mais que poucas dezenas de componentes. São conhecidas localidades desse tipo identificadas a partir do estudo de sítios arqueológicos nas regiões em que hoje estão sediados países como Irã, Iraque, Síria, Arábia Saudita e Armênia, além de alguns pontos do norte da África (Gontijo, 2001).

Tal ocorrência dista do momento atual, não mais que dez mil anos, caracterizando um processo muito recente na história da humanidade, com o que se passa a usar uma escala temporal muito diferente daquela que mencionava milhões de anos e que era adotada para compreender a evolução.

É evidente que um processo de tal natureza só foi possível com as descobertas que permitiram dominar a produção de alimentos: agricultura e domesticação de animais. As novas possibilidades trazidas pela vida organizada em uma comunidade fixada permanentemente no mesmo local eram incomensuráveis, mas exigiram adaptações e soluções para os mais diversos tipos de problemas.

Havia uma gama de adversidades com os quais seria necessário lidar ao longo do tempo, o que continua ocorrendo até os dias atuais, entre os quais podem ser destacados: divisão de tarefas; regulação das mais diversas modalidades de interações entre os habitantes; estabelecimento de propriedades; transmissão de conhecimentos; controle do meio ambiente de modo a prover e conservar água e alimento; desenvolvimento de mecanismos de proteção contra agressores, doenças (inclusive genéticas) e intempéries ambientais; criação de sistemas de trocas de produtos e de pessoas com outras comunidades; consolidação de tradições e simbologias partilhadas pelo grupo e que funcionassem como elementos de identificação e vinculação afetiva entre seus componentes (Ribeiro, 1968/1987).

Cada um dos aspectos anteriormente mencionados, exigia aprimoramento de conhecimentos a ele relacionados, o que tinha ligação direta com aperfeiçoamentos e aumento da complexidade da linguagem. O que desembocava por sua vez, em

necessidade de colocar em prática mecanismos de transmissão e registro de informações, portanto, de comunicação cada vez mais eficientes. Para exemplificar, a agricultura, que passou a fornecer a maior parte dos alimentos para as cidades: como seria possível desenvolvê-la sem estabelecer conhecimentos e registros sistemáticos da passagem do tempo, ou seja, dos dias do ano e de sua relação com o clima, isto é, um calendário, de forma a fixar os melhores momentos para o plantio e a colheita?

Como diz Gontijo (2001, p. 31), “o crescimento dos grupamentos humanos gerou a demanda da transmissão do conhecimento acumulado de forma sistematizada e para um número maior de pessoas do que aquele que se reunia em volta de uma fogueira, para ouvir um narrador”. Passou a ser imprescindível armazenar informações coletivas de forma que todos pudessem ter acesso.

A necessidade de registro, com tanto peso ou mais que a exigência de enviar mensagens, pode ter sido essencial como motivador do surgimento da escrita, que aparece pouco depois da consolidação das cidades primitivas iniciais (Briggs & Burke, 2004). A oralidade permite a consecução dos padrões de comportamentos quando se constitui em tradição (Kindel, 2003).

Como destacam Leakey e Lewin (1980), a única evidência direta da linguagem é a escrita, sobre a qual existem certezas materiais que foram preservadas. Essas pistas indicam que somente por volta de uns cinco mil anos atrás é que se deu o surgimento do que se pode chamar de a “Era da Escrita”, fundamental como uma guinada que propiciou a sedimentação das linguagens e a condição de arquivamento de idéias (Briggs & Burke, 2004; DeFleur & Ball-Rokeach, 1993; Gontijo, 2001). Em termos históricos é possível dizer que:

“Essa grande ferramenta para o desenvolvimento das capacidades humanas foi inventada independentemente em mais de uma parte do mundo. Os chineses e os maias, especificamente, criaram a escrita de forma totalmente independente, mas a mais antiga transição ocorreu entre os sumérios e os egípcios no antigo Crescente Fértil, no que hoje são partes da Turquia, Iraque, Irã e Egito” (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993, p. 23).

De fato, estas áreas geográficas não são apenas as que criaram as formas de escrever, como também as que se tornaram as mais importantes, naquele período, do

ponto de vista político e cultural provavelmente por causa do solavanco produzido pela própria escrita.

O ato de escrever se caracteriza pela maior elaboração do processo de comunicação entre seres humanos. Contribuindo de fato para dilatar e refinar a ampla gama de misturas fonéticas nas formações de palavras. O que também está relacionado com o processo simbólico da interiorização do mundo exterior e à melhor organização social por via da compilação dos primeiros códigos legislativos.

Indubitavelmente, foi imenso o progresso ocorrido a partir da escrita em vários locais, como na China, onde era cultivada como uma arte que envolvia a sublimação do espírito, e no Egito, onde foi desenvolvida como uma forma de inscrição dos ritos funerários nas pirâmides. Fenícios, hebreus e sumérios foram outros povos que se destacaram na criação de alfabetos nas suas escritas, sendo que nos dois primeiros casos com ênfase no comércio e nos conhecimentos religiosos; no terceiro caso enfocando as leis.

Na Índia, o *sânscrito* permitiu a organização religiosa das muitas divindades do panteão hindu. Neste país continental, os livros mais antigos foram escritos por volta de 500 a.C. em forma de narrativa das tradições divinas (Almeida, 1999). O salto evolutivo no que diz respeito à escrita foi a alteração do formato ideográfico para o fonético. As letras dos alfabetos deixaram de representar idéias e passaram a significar as sílabas e os sons de uma palavra. Este avanço se deve, sobretudo aos fenícios e sumérios (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993).

Com o progresso do comércio entre os povos do Mar Egeu, os gregos acabaram desenvolvendo também seu próprio alfabeto e escrita que logo foi repassada às suas colônias na península itálica se tornando uma das heranças para a civilização romana. Vale destacar que foram os gregos que, em cerca de 800 a.C., inventaram o alfabeto moderno, com inclusão das vogais. Mais tarde, com a expansão do poderio militar romano, sua escrita se espalhou e desenvolveu-se.

A importância do ato de escrever é tão notável que surgiu uma profissão específica: os escribas. Eles possuíam a função de anotar e registrar não somente as contabilidades, mas também os censos populacionais e outros documentos políticos importantes e tornaram-se tão poderosos que acabaram por constituir uma classe social forte. Por isso, foi necessário o surgimento de escolas de escrita, principalmente na China e no Egito, onde os estados se desenvolveram primeiro com uma força centralizadora potente.

As escolas de escribas tinham ainda outra função: a de sustentar o poder das elites. Com os registros feitos, as leis eram promulgadas e dificilmente podiam ser contestadas. A escrita passou então a ser um marco de poder. A nobreza e o sacerdócio muito se beneficiaram dessas escolas e do controle da escrita, estabilizando-se no poder até o período da Revolução Francesa, ao final do século XVIII.

O suporte proporcionado pelo desenvolvimento tecnológico também é aspecto que não pode deixar de ser lembrado. Tintas e papéis especiais passaram a ser confeccionados. O papiro além de ser encontrado em abundância na natureza, uma vez que o junco é planta bastante difundida, era leve e resistente (Briggs & Burke, 2004). Desta maneira passaram a substituir os materiais inicialmente empregados como veículos para as inscrições, veja-se por exemplo: pedras, barro, ossos e metais.

Só com a maior autonomia dos editores e com a criação dos jornais modernos no início do século XIX, pode-se dizer que surgiram os meios de comunicação de massa tal como concebidos hoje em dia. Este tipo de mídia, neologismo surgido a partir da expressão inglesa *media*, que no contexto de interesse significa meios de comunicação, promove massificação cultural a partir de seus produtos. O que garante ampla difusão das informações transmitidas em larga escala no meio social.

1.2 - Instrumentos da Cultura de Massa: Livro/Jornal/Revista, Rádio, Cinema, Televisão e Internet.

O progresso da mídia escrita e impressa ocorreu em um contexto em que o desenvolvimento tecnológico e industrial foi muitas vezes acompanhado de convulsões sociais, principalmente no continente europeu. O que estimulava a continuidade do avanço tecnológico que acabava tendo conseqüências para outros setores industriais que não a produção bélica.

Com a Revolução Industrial ocorrida na Inglaterra em meados do século XVIII, foi cada vez mais necessário que os funcionários se especializassem para operar o novo maquinário. Neste momento, ocorreu a primeira grande evolução tecnológica em massa com o surgimento das máquinas a vapor, tais como o tear mecânico, que fazia um trabalho equiparável ao de oito artesãos. Como parte de tal processo foi necessário diminuir o preço dos produtos maquinofaturados para que as pessoas pudessem usufruir dos mesmos e os comerciantes pudessem obter seu lucro.

Este período caracterizou-se por uma explosão demográfica, com as pessoas se deslocando do campo em direção aos grandes centros e principalmente às capitais, criando, portanto, uma demanda comercial que crescia a cada década. No entanto, a maioria dessas pessoas ainda não tinha condição de manusear estes equipamentos, situação que precisaria mudar rapidamente no tempo.

Logo em seguida à Revolução Francesa foi imprescindível para a estabilização social que uma parcela maior do povo fosse instruída. Com isso, a editoração de livros e posteriormente de jornais ficou assegurada. A partir de tal realidade consolida-se uma situação na qual a comunicação massiva se torna essencial à organização social, como captou Bosi (2000, p. 32):

“O contexto privilegiado da comunicação de massa é a sociedade industrial do século XX, que tem entre seus traços definidores a *democratização* da informação. Aquilo que até meados do século XIX significava a *cultura* (uma educação humanística ampla, mas acessível apenas à nobreza e à alta burguesia) não tem mais vigência à medida que os meios de informação, e mesmo de formação profissional, se vão generalizando”.

Nas cinco sessões imediatamente seguintes serão apresentadas algumas informações históricas relacionadas às modalidades de meios de comunicação referidas anteriormente, de modo a oferecer um panorama mais amplo da comunicação como um todo e uma visão mais específica de cada modalidade de veículo de comunicação em associação com as condições que viabilizaram seu aparecimento.

1.2.1- Os Livros, os Jornais e as Revistas (Magazines)

Com o declínio do Império Romano e a chegada da Idade Média, a escrita continuava a ser uma possibilidade reservada para poucos. O advento da fabricação de uma máquina de imprensa por Johannes Gutenberg por volta da metade do século XV viria a modificar sobremaneira a sociedade européia. O primeiro livro a ser publicado com esta nova invenção foi a Bíblia Sagrada.

Após a criação da tipografia, o invento difundiu-se intensamente ainda na segunda metade do século em que surgiu (XV). Como destacam Albert e Terrou (1990),

a criação de estados modernos nessa mesma época também contribuiu para dar maior regularidade às comunicações, por exemplo, com os Correios.

A imprensa periódica em formato similar ao que conhecemos hoje só apareceu quase um século e meio após a tipografia, embora muitas formas de divulgação de notícias impressas, cujas características prepararam o terreno para o surgimento dos jornais diários tenham se sucedido ao longo dos anos. Desde o século XVI, pelo menos, as notícias já tinham se tornado verdadeira mercadoria (Albert & Terrou, 1990).

Com a Reforma Protestante de Lutero, a partir de 1520, ocorreu o primeiro conflito religioso no qual a mídia impressa teve importância expressiva. Decorreu com os protestantes atacando satiricamente a Igreja Católica através do texto impresso – ainda que seja necessário reconhecer limites evidentes no alcance de textos com tais características, quando grande parte da população ainda não dominava a leitura e a escrita. Como mencionam Briggs & Burke (2004, p. 86):

“Para entender a difusão da Reforma, é necessário olhar não somente para as publicações, mas também para o sistema de mídia como um todo. Como somente uma minoria da população sabia ler, e menos ainda escrever, presume-se que a comunicação oral deva ter continuado a predominar na chamada era da impressão gráfica. Ela teve muitas formas distintas em diferentes contextos, indo de sermões e conferências em igrejas e universidades a rumores e boatos nos mercados e tabernas”.

Este embate que não somente se deu no campo de batalha, mas também na área intelectual, permitindo que aos poucos a possibilidade de leitura se democratizasse. Com isso a leitura da Bíblia se expandiu por muitos países, com suas traduções próprias tornando-se um dos mais importantes acontecimentos do período. Passou a existir maior consciência do valor da leitura, e as escolas nestes países se multiplicaram. É certo que tal processo criou condições que propiciaram o aparecimento do sistema de ensino laico (Zuin, 1998).

Por outro ângulo é importante registrar que as máquinas impressoras deram vida nova à literatura. Cerca de um século depois da Reforma o volume literário aumentou graças aos livros de “diversão”. Foi a época da difusão de panfletos nacionalistas que divulgavam a supremacia e a hospitalidade dos povos, momento também em que a retórica dos contos sensacionalistas ganhou vulto preparando terreno para a avalanche do romantismo que culminou ao fim do século XVIII, após o Iluminismo.

Mais adiante o romance tornou-se uma literatura de lazer (Briggs & Burke, 2004). A moralidade deixou de ser o mote principal, aumentando o lucro dos impressores. Deu-se o surgimento do “heroísmo romântico” que substituiu o “heroísmo épico” conforme diz Carvalho Junior (2002), ou a derrocada quase total da oralidade no mundo ocidental que foi substituída em prol do legado escrito/impresso.

No final do “século das luzes”, em 1796, surgiu no ocidente, o método da xilografia que contribuiu para que a edição de livros se tornasse mais eficaz e rápida. Segundo Neiva Junior (1986), outra técnica importante floresceu no mesmo período, a litografia, que permitiu o surgimento da fotografia posteriormente. Este mesmo autor entende que, em decorrência desta evolução, pode-se afirmar que o século XX foi a centúria da imagem, dada a grande importância que foi devotada à tecnologia de reprodução imagética.

Nesta mesma época, no lado oriental do planeta, os países islamizados rejeitaram a impressão gráfica até 1800. Mas devido à gradual deterioração do Sultanato, as empresas gráficas passaram a ferver em proveito dos movimentos revolucionários. No extremo oriente, a empreitada da impressão gráfica ocorreu mais cedo do que no oriente médio e foi bem mais aceita do que na Europa quando de seu surgimento. Os impressos, segundo Briggs e Burke (2004), inauguraram o “capitalismo de impressão” com propagandas de casas de chá e de garrafas de sakê, por exemplo. Um dos problemas graves vividos em tal contexto refere-se ao fato do governo militar ter cerceado por muito tempo o desenvolvimento deste tipo de mídia.

No novo mundo, somente com as guerras de independência a partir do final do século XVIII é que as gráficas realmente foram liberadas. Até então sofriam severo controle por parte dos governos das metrópoles. Vale registrar que a Suécia tornou-se o primeiro país a aprovar uma lei que protegia a liberdade de imprensa, fato sucedido em 1766. No Brasil, apenas depois que ocorreu a abertura dos portos, no ano de 1808, foi que a imprensa se reinstalou no país, em 1815. Exemplos referentes à África e ao Novíssimo Mundo não diferem essencialmente de tal padrão.

O que ocorreu de mais notável entre estes dois séculos foi essencial para a formação de um sistema midiático futuro. Os livros de entretenimento, ou românticos, passaram a sofrer concorrência cada vez maior daqueles de teor didático. Como os governos ainda eram muito centralizadores, eles ficaram responsáveis pela maior parte das obras literárias de conteúdo instrucional. Briggs e Burke (2004) afirmam que os livreiros eram conhecidos como intermediários entre os leitores e os escritores e já havia

um sentido de mercantilismo no século XVIII em um período onde não se conhecia ainda o termo “sistema de comunicação/mídia”.

Na esteira da editoração de livros vieram os jornais. A sua publicação de certa maneira era uma espécie de concorrência aos livros de diversão. No entanto, os jornais já tinham a vantagem de serem diários e trazerem as notícias do cotidiano para as pessoas, mantendo-as informadas do que ocorria no país, na cidade e até mesmo no bairro em que viviam.

Os jornais começaram a ser publicados no fórum senatorial da República Romana e serviam inicialmente com a qualidade de “diários oficiais”. Eles divulgavam para o povo as leis que eram votadas pelos políticos. Como ficavam pregados por longos períodos nas paredes externas do Senado, estavam à vista de todos. Com Júlio César no poder (69 a.C.), decidiu-se que as ocorrências seriam expostas diariamente, dando início àquela que viria a ser uma característica dos jornais.

Essas formas primitivas e não-periódicas de divulgação de notícias impressas continham relatos de acontecimentos importantes, por exemplo, batalhas ou festas, polêmicas religiosas e políticas, boatos, injúrias, informações comerciais, além de notícias propriamente ditas e comentários relacionados. Essas publicações iniciais, praticamente todas, estavam sediadas na Europa.

Também as primeiras publicações periódicas apareceram no continente europeu, havendo registro de edições mensais na Alemanha ainda ao final do Século XVI, de divulgações semanais no terço inicial do Século XVII na França, e de tiragem diária exatamente no meio do Século XVII (no ano de 1650), na Alemanha (Albert & Terrou, 1990). Com a invenção do telégrafo, no ano de 1844, a atualização das informações impressas nos jornais tornou-se muito mais ágil, contribuindo decisivamente para a consolidação desses veículos.

Embora as publicações periódicas nos Estados Unidos da América tenham aparecido já no final do século XVII, só em 1830 apareceu o primeiro jornal mais duradouro, conduzido de forma empresarial, o *New York Sun*. Este era diferente dos outros pois se manteve graças à utilização de repórteres que noticiavam de maneira sensacionalista (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993). Pode-se dizer então que este foi, ao menos no ocidente, o primeiro exemplo de *mass media*. Seu intuito era o de informar a maior quantidade possível de pessoas acerca do que estava acontecendo em seu mundo e proporcionar entretenimentos.

O grande desenvolvimento econômico dos Estados Unidos está diretamente relacionado ao período conhecido como “anos dourados” dos meios de comunicação de massa entre os anos de 1880 a 1910. Nesta época, alguns empresários cujos nomes ficaram definitivamente associados ao jornalismo como William Randolph Hearst e Joseph Pulitzer, construíram os chamados impérios editoriais, controlando informações e opiniões com grande impacto comercial e político (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993). Com o advento da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) houve declínio nas vendas.

Neste ponto é feita uma pequena digressão para registrar dois aspectos muito específicos, mas que se tornam importantes por estarem relacionados à natureza da investigação da qual se ocupa o presente relato. A primeira delas diz respeito aos registros iniciais do aparecimento das histórias em quadrinhos. Alves (2001) afirma que em 1892, no jornal *San Francisco Examiner*, surgiu a primeira tira em quadrinhos desenhada por James Swinneston.

Por sua vez, Carvalho Junior (2002) informa que foi no *The New York Globe*, em 1895, que Richard Outcault publicou seu *The Yellow Kid*, que é considerado por alguns como a primeira historieta em quadrinhos. Independentemente de eventuais controvérsias, vale destacar a importância dos desenhos em quadrinhos como tática para atrair novos leitores. A partir daí os chamados *comics* irão também retratar a cultura norte-americana tornando-se comuns (Appel & Appel, 2004).

O segundo ponto a registrar refere-se ao primeiro jornal diário japonês, o *Yokohama Mainichi Shimbun*, que surgiu só em 1870. A importância do jornalismo impresso no Japão atual, independentemente da grande evolução tecnológica de outros meios de comunicação no país, é incontestável: os cinco jornais de maior circulação atualmente no mundo são todos japoneses. Entre os dez jornais de maior venda, seis são produzidos no Japão, estando os demais na Alemanha, na Grã-Bretanha, nos Estados Unidos e na China (Associação Nacional de Jornalismo, 2008).

Com o aparecimento e rápida difusão das rádios a partir da década de 1920, nos mais diversos países, os jornais passaram por modificações impostas pela concorrência, com o que se tornaram comuns e com textos mais longos, informativos e com análises profundas sobre os mais variados temas. Além disso, as imagens fotográficas passaram a oferecer uma cobertura ampla e investigativa dos fatos. Esse tipo de transformação, provavelmente, teve papel importante na consolidação de um outro tipo de publicação: as revistas (magazines).

Já em fins do século XIX tornou-se comum uma nova modalidade de literatura, foram lançadas as primeiras revistas (magazines). Estas por sua vez eram baseadas nos folhetins teatrais, além de revistas jornalísticas que permitiam expansão de aproveitamento das possibilidades de um jornalismo mais profissionalizado. Isto fica evidente no caso das entrevistas com autoridades civis, por exemplo. As revistas também impulsionaram o aperfeiçoamento da propaganda.

A partir dos anos 1930, os magazines, trazendo diversas notícias, análises e entretenimentos passaram a rivalizar com os jornais e com o rádio, concorrência que se manteve mais tarde com o aparecimento da televisão. O formato revista facilitou o surgimento de especializações, ou seja, publicações com foco em temas específicos, buscando atingir públicos específicos, cada vez em maior número, que demandavam aquele tipo de informação (Couto & Menandro, 2003; Martins, 2003). Como dizem DeFleur e Ball-Rokeach (1993, p. 134):

“(...) surgiram revistas especializadas destinadas a atrair segmentos do público que compartilham um mesmo interesse ou gosto comum. Agora dispomos de milhares de revistas com circulação menor, concentradas em interesses como computadores, pesca, automóveis, lanchas e barcos, alta-costura, produtos dietéticos, e assim por diante. Por outras palavras, a leitura de revistas ficou extremamente especializada”.

Alguns dos segmentos entre os quais se distribuem inúmeras revistas em todo o mundo constituem verdadeiros complexos que unem interesses comerciais, ideológicos, culturais, existindo em várias dessas seções, publicações traduzidas e editadas em vários países (Guareschi, 2001).

Uma das lições aprendidas com a massificação de produtos editados é de que quanto mais estratificado, maior a possibilidade de venda e lucro, por que se encaminha mais diretamente o tipo de mídia elaborada e a mensagem para um público específico. É evidente que esse tipo de prática tende a enfraquecer aspectos tradicionais das culturas populares de cada sociedade, mais compartilhados pelas diversas camadas sociais, em prol de conhecimento cujo artificialismo e desvinculação da realidade imediata podem ser marcantes.

1.2.2- O Cinema

O cinema é uma arte que obteve propulsão a partir da fotografia, sob quase total monopólio dos franceses ainda no século XIX. Em 1839, Louis Daguerre, criou o primeiro protótipo do que viria a ser uma máquina fotográfica. Logo, ao longo do restante do século, fotografar tornou-se um capricho daqueles que possuíam mais recursos financeiros. Ao fim da década de 1890, jornais e revistas já publicavam várias fotos, tanto de pessoas quanto de eventos.

Com o desenvolvimento da arte de fotografar, a tecnologia acabou por desembocar na formação do cinema, arte cujo nome é derivado da máquina de filmar, engenhoca batizada pelos franceses como *Cinématographe* (a partir de uma palavra grega que significa “movimento”). Tal advento revolucionou as artes das imagens após sua criação pelos irmãos Auguste e Louis Lumière no ano de 1895 (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993).

A nova tecnologia de imagens em movimento impressionou muito as pessoas daquela época, constituindo-se em grande atração inicial que acabou por ser reforçada com a chegada, em fins da década de 1920, das trilhas sonoras (Máximo, 2003a, 2003b). Outro fato importante é a forma de narrativa e a disposição flexível espaço-temporal das personagens dentro das histórias, o que constituiu um encanto a mais. Como diz Accioly (2001, p. 7):

“O cinema nasce mudo, porém, fez-se acompanhar pela música desde as primeiras exibições. Os acompanhamentos musicais ao vivo, usados nos teatros musicados, que representam uma parte significativa da produção dramática do final do século XIX, são transferidos para as salas de exibição do cinema. Nesta inclusão imediata a música protagoniza um papel relevante na formação da narrativa fílmica, que se faz acrescer da dimensão musical colada às suas imagens”.

Depois da Primeira Guerra Mundial, os cinemas que até então eram simples galpões empoeirados, onde algumas vezes havia uma pessoa que lia as legendas em voz alta (ver em Almeida, 1999), passaram por uma reforma na sua estrutura espacial que os fez parecerem verdadeiros palacetes. As classes mais abastadas logo viram ali um local para socialização, uma opção a mais além do teatro.

Ao longo do período entre as duas grandes guerras, a chamada “sétima arte” teve seu centro irradiador mudado da Europa para os Estados Unidos, por conta de estar o velho continente, arrasado e empobrecido pelas hostilidades. O distrito de Hollywood, na cidade de Los Angeles, foi escolhido para receber a nova indústria cinematográfica. Com a produção maciça de filmes, mais notadamente do gênero musical e romântico, a frequência de espectadores nas salas de exibição alcançou uma alta média neste período (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993).

Guareschi (2001) mostra que a exportação e distribuição de filmes dos Estados Unidos para a América Latina no período que vai dos anos 1950 até 1970 foi muito grande. Na opinião deste autor, a produção cinematográfica dos Estados Unidos caracteriza uma “indústria cultural”, sendo razoável pensar que os conteúdos próprios do cinema, distribuídos em grande quantidade implicam evidente função ideológica. Processo análogo pode ser constatado com relação à mídia televisiva japonesa atualmente (Hagiwara, 1998). Mais adiante, será retomada tal questão atinente ao papel social dos *mass media*.

A emoção provocada quando alguém vê uma exibição de filme, de desenho animado ou de produção de computação gráfica ainda é muito intensa garantindo a continuidade desse tipo de arte. Sendo assim, a receita que as grandes empresas do áudio-visual recebem do extenso público mantém sua permanência como um dos mais importantes meios de diversão existentes.

Ainda nos dias de hoje, as grandes indústrias de entretenimento internacionais se sustentam apoiadas nos termos do binômio “áudio-visual” (von Feilitzen & Bucht, 2002). O fim do século XIX trouxe não somente o cinema para o gosto popular, mas também homens que conceberam um novo engenho: o rádio. Este *media* conseguiu se firmar como passatempo aprazível e informativo, como se verá a seguir.

1.2.3- O Rádio

Seguindo a esteira do desenvolvimento do cinema, que se baseou inicialmente na exposição de imagens, em 1919, Guglielmo Marconi, inventa e patenteia o aparelho de rádio. Em 1920, surge a primeira estação nomeada de *Radio Corporation of America* (RCA). David Sarnoff e Frank Conrad se distinguiram por terem dinamizado o aparelho eletrônico e o popularizado. Tendo como base a transmissão de voz humana e

posteriormente a veiculação de programações musicais, o rádio logo se tornou uma fonte de informação difusa e eficaz.

DeFleur e Ball-Rokeach (1993) informam que já em 1922 os aparelhos de rádio estavam sendo vendidos rapidamente. Entre este ano e 1934, nos Estados Unidos da América, foram criadas e votadas às leis de regulamentação de transmissão radiofônica. As votações foram acaloradas, embora isso não seja objeto de muita divulgação, sobretudo no que diz respeito ao controle do conteúdo programático, refletindo preocupação com a extensa receptividade do público.

A grande propagação do cinema e rádio pode ser explicada também pelo desalento social que surgiu depois do ano de 1918. A sociedade, de maneira geral, não esperava uma depressão econômica como a que ocorreu em 1929, assim como não imaginava o acirramento dos ânimos desembocando em uma nova guerra de grande dimensão dez anos depois de tal fato.

O período de ouro desta mídia, mais comumente conhecido como a “Era do Rádio”, ocorreu justamente entre os anos 1930-1950. Os comentários que se seguem são esclarecedores:

“A despeito das asperezas da época, o rádio pareceu prosperar na depressão! A renda de anúncios, em vez de secar, aumentou num ritmo sempre crescente. (...) O rádio preencheu as necessidades de milhões de pessoas em dificuldades durante aquela fase penosa. Tinha música para restaurar seu ânimo abatido, gente engraçada para animá-los, e notícias para desviar-lhes a atenção de problemas sociais. Noites de amadores, rádio-teatro, teatro à noite, novelas, aventuras de vaqueiros do Oeste, e espetáculos de variedades, eram acompanhados avidamente por ouvintes leais noite após noite (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993, p. 125)”.

Mais uma vez, o entretenimento como dispersão da atenção acaba por preencher momentos de insegurança e perplexidade resultantes da configuração social vivida. Com seu imenso alcance, este aparelho conseguiu aliviar sobremaneira a situação semi-caótica a que chegaram algumas nações ocidentais.

Não se pode esquecer que a radiodifusão também serviu à função de divulgar mercadorias pelas *ondas médias hertzianas*, assim como para fazer propaganda governamental. No Brasil, foi essencial para o cotidiano dos movimentos políticos que sacudiram o país entre os anos de 1920 e 1950 (Federico, 1982).

No âmbito do rádio brasileiro, surgiram as celebridades da mesma maneira que no cinema. Os jornais e magazines cobriam com reportagens os escândalos e a vida dos astros que cantavam nos programas de auditório das rádios, principalmente nas cidades de maior recepção da programação, como Rio de Janeiro e São Paulo.

Talvez a falta de imagem estimulasse as pessoas a refletir sobre o que era transmitido pelo aparelho, o que pode indicar a alta capacidade de entrosamento entre esta mídia e o público ouvinte. Mesmo assim, tratava-se de uma lacuna, com o que estava preparada a via de entrada para um meio de comunicação que se tornou fenômeno do século XX: a televisão.

1.2.4- A Televisão

Por fim, as transmissões radiofônicas não cessaram quando ao alvorecer da década de 1950 surgiram os primeiros aparelhos de televisão nos países mais desenvolvidos, dando início a uma nova era. Sobre o surgimento da televisão, Emery, Ault e Agee (1973, p. 84) dizem que:

“Os primeiros experimentadores utilizaram um disco mecânico de captação que falhou na composição rápida da imagem. A contribuição decisiva veio em 1923, quando o Dr. Vladimir Zworykin inventou o iconoscópio, um tubo elétrico de televisão. (...) Em 1930, a W2XBS, da NBC, surgiu em Nova York, transformando-se em 1939 na primeira televisão a oferecer uma programação normal”.

Ainda em 1926, John L. Baird demonstrou o funcionamento de um sistema televisivo. No entanto, foi a BBC de Londres que fez a primeira transmissão televisiva em 1936. A NBC dos Estados Unidos conseguiu implementar uma programação diária.

Com a Segunda Guerra Mundial, toda a mobilização tecnológica se voltou para a indústria militar, o que contribuiu para que a televisão não fosse assimilada diretamente pelo povo com maior rapidez. Somente após o fim do conflito, e por volta de 1948, como registram alguns estudiosos (Coelho, 1983; Defleur & Ball-Rokeach, 1993; Federico, 1982), foi que sua difusão alcançou todas as camadas sociais.

No início dos anos 1950 havia já cerca de 70 estações de televisão nos Estados Unidos. Dez anos depois, cerca de 87% dos lares norte-americanos contavam com estes aparelhos. Em 1970 nos EUA, 96% dos lares americanos possuíam televisores

(Federico, 1982). A progressão foi muito rápida. A massificação dos programas foi robusta nesta nação, mais do que em outros locais ao redor do mundo.

Segundo Federico (1982) e Coelho (1983), o sistema televisivo no Brasil surgiu no início da década de 1950. Para ser mais preciso a PRF3 TV, isto é, a TV Tupi, foi inaugurada em 20 de janeiro de 1951 quando o sistema de radiodifusão estava no auge. Neste período, escutar rádio era mais que um *hobby*, era a certeza de se saber o que se passava no mundo. Essa massificação do uso do aparelho de TV que vem ocorrendo no Brasil é processo similar ao ocorrido em outros países mais desenvolvidos economicamente.

Inicialmente, a televisão desenvolveu-se sob forte controle estatal. Desde cedo, se pensou na televisão pública como algo a serviço da nação, como sendo uma resistência à hegemonia dos grandes grupos privados (Marcondes Filho, 1996). No entanto, logo se percebeu o quanto isso em parte era irrealizável. Bem cedo, as empresas assumiram gradativamente os espaços deixados pelos estados no âmbito desta nova mídia.

Da mesma forma que o rádio, a televisão está inserida na vida particular das pessoas. O aparelho está dentro das suas casas, o que contribui para que assumam grande importância em suas vidas, pela acessibilidade. Porém, como se trata de equipamento que exibe imagens em movimento e em articulação com sons, há maior atração e predileção por este *media*, quando comparado a qualquer outro. Ainda assim Briggs e Burke (2004, p. 17) sintetizam que:

“(...) de quando em quando que, ao se introduzirem novas mídias, as mais antigas não são abandonadas, mas continuam sendo importantes assim como os livros e o rádio na idade da televisão. A mídia precisa ser vista como um sistema, um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque”.

A mídia então, em seu conjunto, deve ser entendida como um sistema dinâmico de informações que propicia ao ser humano um amálgama de conhecimentos a partir do qual ele tem o direito de fazer escolhas para seu uso. Coevamente, o entretenimento vem sendo a base deste flexível sistema. Emery et al. (1973) entendem que o que pode ser tido como divertimento, agrega e entrosa. Neste sentido, a televisão, principalmente,

consegue manter este objetivo com a veiculação de espetáculos, embora nem sempre de boa qualidade.

Sobre o caráter dos programas de televisão, tanto Erausquin, Matilla e Vázquez (1983) quanto Guareschi (2001) analisaram o monopólio das empresas estrangeiras, especialmente norte-americanas, e perceberam que o teor de muitos filmes e seriados possui fortes conotações ideológicas que caracterizam tentativa mal disfarçada de impor padrões.

Nos últimos anos da década de 1970 surgiram os aparelhos de vídeo cassete que aumentaram o consumo da televisão, em simbiose com o cinema, acrescentando uma alternativa de uso. Chegara-se a pensar que estes acessórios poderiam diminuir a importância do cinema no cotidiano. Porém, o que se percebeu é que isto não ocorreu, ainda que tenha havido aumento sensível no consumo destes equipamentos. Em fins dos anos 1990, apareceu uma inovação tecnológica que pode ser vista como aperfeiçoamento do sistema de fitas magnéticas do videocassete: o DVD, com gravação eletrônica em discos compactos.

1.2.5- A Internet

Concomitantemente a este desenvolvimento sistemático dos meios de comunicação, de forma quase sub-reptícia em 1969, no Pentágono, órgão sede da defesa militar norte-americana, nascia a ARPANET (“Advanced Research Projects Agency Network”). Servia para que em caso de ataque nuclear da União Soviética, as informações para contra-ataque não estivessem em um centro único e sim difundidas por um sistema eletrônico sediado por vários computadores.

De início, somente as bases militares mais importantes tinham acesso ao ARPANET. Porém, como são bastante comuns nos Estados Unidos, muitos centros de alta tecnologia das universidades trabalharam junto com o Departamento de Defesa e por isso, receberam acesso ao sistema para troca de informações. Em 1980, o ARPANET já era predominantemente de uso civil, mas extremamente vinculada às universidades e empresas do setor bélico.

Posteriormente com a finalização dos objetivos do projeto deste sistema defensivo, o mesmo foi substituído pelo NFS, que além de realizar os mesmos procedimentos do anterior, ainda identificava de qual computador estavam saindo as informações e qual estava recebendo as mesmas.

Com pouco mais de dez anos, este formato eletrônico não mais conseguia manter o controle das comunicações virtuais. Em 1991, surgiu a *world wide web* (“www”) que aumentou e distendeu todos os procedimentos de comunicação para todo o resto do mundo.

Atualmente, pode-se dizer que da mesma forma que o rádio e a televisão foram novidades que atraíram o grande público, a internet (sinônimo coloquial da “www”, que também é conhecida como “Web”) recebe muita atenção das pessoas de várias faixas etárias e de classes sociais distintas, rivalizando especialmente com os televisores a predominância como *media* mais importante.

Segundo Garbin (2003) tal prestígio provavelmente derive da grande gama de opções que a “rede”, como também é comumente chamada, expõe aos seus usuários. Ferramentas que vão desde a condição de se criar os “*blogs*” e “*fotologs*” (são respectivamente domínios onde as pessoas escrevem sobre o cotidiano e armazenam fotografias) até *sites* (domínios) onde haja programas de compartilhamento de vídeos e músicas e outros arquivos.

Este grande conjunto de utensílios atrai a atenção principalmente dos jovens por causa da sua imensa flexibilidade que é a base do mundo virtual. Outros programas como *Irc*, *Icq*, *Chat*, e *MSN*, propiciam o contato entre as pessoas em tempo real. No conforto da sua residência, o indivíduo pode entrar em contato com uma outra pessoa que esteja em determinado país naquele momento, sem gastar muito dinheiro para isso. Garbin (2003) e Nicolaci da Costa (2002) entendem que a chegada da rede às casas das pessoas é irremediavelmente uma revolução que mudou os hábitos de vida de maneira fixa.

Desta forma, os jovens foram rapidamente cooptados para se servirem da internet que se caracteriza como a expressão máxima dos *media* nos tempos da atual modernidade. Em termos claros, a rede não efetiva um sentimento de segurança na maioria das pessoas até mesmo porque são flagrantes a inépcia dos sistemas de defesa virtuais que não conseguem dar conta da alta quantidade de “vírus” e *spamm-vírus* que infestam o meio virtual.

Nicolaci da Costa (2002) inclusive fala que mesmo com um tal aspecto negativo sobre a utilização da internet, os jovens se sentem constituindo um novo aspecto da sua própria realidade. Isto aliado ao virtualismo, expressando uma recém formada linguagem e dedicando por vias de fato, às vezes, o apontamento de afetos para um “Outro” a qual eles não conhecem, mas a quem reconhecem como a um igual.

Sem esquecer dos atos de hostilidade, racismo e potencial atividade pedofílica que vem sendo recorrentemente encontrados neste espaço, as pessoas continuam tentando minimizar a angústia do mundo real nesta outra dimensão de “faz-de-conta”. Prova disto é o *site Orkut* que possui mais de 23 milhões de pessoas cadastradas.

Franco (2004) menciona a facilidade de como se produzir e expor materiais artísticos na internet. Como a rede funciona ao menos ainda para a maior parte dos usuários sob o domínio do binômio “som-imagem”, as obras de arte, de cunho essencialmente moderno, atingem a uma quantidade imensa de pessoas. No caso de sua experiência particular, este autor baseia-se em histórias em quadrinhos sob suporte virtual, isto é, a base de seu desempenho artístico é a “imagem potencial”, aquela que vigora no sistema “www”.

Alguns autores entendem que a internet é tão multifacetada quanto quem a criou, isto é, os humanos (Barral, 2000; Franco, 2004; Garbin, 2003; Nicolaci da Costa, 2002; von Feilitzen & Bucht, 2002). Este aspecto camaleônico deve-se sem dúvidas também em grande parte à capacidade de comunicação extremamente variada que as pessoas que a utilizam conseguem manter, suportando esquemas interativos que condensam sentidos diversos em um módulo que não é real e sim virtual, mas que todavia faz parte da realidade.

Todos os *media* são responsáveis pela emissão de mensagens através de uma espécie de comunicação, favorecendo as interações sociais, daí a importância de se investigar as relações entre linguagem e a mídia.

1.3- Símbolos, Linguagem e Mídia.

Os aspectos psicológicos da formação de símbolos e da linguagem no que concerne aos processos midiáticos são importantes, pois que estão expressamente ligados às interações comunicacionais. Os modelos teóricos referentes à recepção/transmissão de mensagens demonstram que o surgimento de comportamentos é apenas um dos resultantes dos procedimentos de construção e representação da realidade mediados por este poder aparentemente virtual (Moreira, 2002; Neiva Junior, 1986; Strohschoen, 2004).

Por outro lado é importante comentar que segundo Magalhães Néto (2008), o percurso teórico sobre a linguagem tanto nos estudos lingüísticos quanto nas ciências sociais é dividido em duas dimensões no formato de pesquisas que determinam uma

delas como formando uma função comunicacional enquanto representação da realidade e outra como este meio de expressão sendo construtor do ambiente social. O objetivo desta tese não cobre o escopo de determinar quais teorias fazem parte destas divisões, mas de apresentar neste setor, o potencial da linguagem enquanto proeminente força de ligação entre os seres humanos. Em geral, na psicologia, os estudos de como as mensagens das mídias podem afetar de alguma maneira as condutas sociais aparecem em investigações principalmente sobre a televisão (ver, por exemplo, em Brito, 2005; Camino et al., 1994; Souza, 2003).

Como se pode considerar que não somente a realidade é uma construção, algo dinâmico, como a própria subjetividade humana também o é (Berger & Luckmann, 1966/2004), todo o mundo da mídia é maleável o suficiente para que haja as condições necessárias para que exista uma interação razoável entre ambas as partes. Sob a mediação dos símbolos e da linguagem, os homens conseguem alterar permanentemente tudo que existe ao seu redor, inclusive tornar presente objetos que não o estejam.

Para instaurar uma discussão a este respeito, antes de tudo devem-se definir os dois instrumentos que predominam na capacidade dos humanos em demarcar e construir seu mundo, que são: os signos e os símbolos, conforme as alegações de alguns autores (Bruner, 1997; Rezende & Rezende, 1989). Desta maneira, os primeiros são elos de mediação entre um objeto concreto e sua representação na subjetividade humana, enquanto os símbolos são o sentido transcendente à realidade de um objeto.

Enquanto o signo media as relações do ser humano com objetos a partir de uma imagem, os símbolos, além disso, podem promover uma acepção evoluída do termo concreto. Ambos facilitam as comunicações e interações sociais. Neste sentido, então o campo imagético, isto é, toda a figuração daquilo que é existente possivelmente é de ordem icônica.

Com isso, pode-se afirmar que quanto mais um *media* utilizar-se de imagens, mais poderosa deverá ser sua penetração nas subjetividades das populações. O vigor de uma representação chama e prende atenção das pessoas (Debord, 2004; Garcia, 2005; Kindel, 2003). Isto se dá principalmente pela condição de que os humanos precisam representar o mundo em que vivem para poderem conhecê-lo de fato. O ato de comunicação é que vai facilitar a passagem dos sentidos.

Muitos conjuntos de imagens acabam por inserir-se no cotidiano alheio tornando-se essenciais para a vida em grupo, pois amenizam os contatos sociais ou os fortalecem. É isto que se chama de espetáculo, que acaba por subverter a vida social

numa visão de mundo objetificada. Em outras palavras, o que era diversão transformou-se em vida real.

Conforme Debord (2004), o mundo passa a ser invertido, afinal, o que era criação do gênero humano para recreação, passa a ser atuado como uma verdade condutual, como algo que é necessária à sobrevivência. Concorde Nicolaci da Costa (2002) este é o novo modelo social, ou melhor, o contexto marcado pelo poder da mídia, já que este também é organizador das expressões comunicacionais.

Tanto signos como símbolos estão permeando as mensagens designadas dos *media*. Os ícones espalhados por dentro dos grupos sociais permitem que as pessoas identifiquem objetos e sentimentos. Ao ler um livro, embora a imagem geralmente não seja o atrativo principal, a leitura faz com que a pessoa elabore um contexto a onde se passa a estória. Isto é o ícone, ou como também é chamado: o significante. O conteúdo dessa imagem é o significado.

Quanto mais significantes e significados fazem sentido ao serem expostos pelos *media*, mais é possível que o espetáculo invada a vida dos espectadores. Quão mais a cultura de massas faz do entretenimento um produto, mais moldadas ficam as pessoas a partir de um determinado referencial midiático. A busca pela supremacia econômica levou as pessoas a desenvolverem níveis de mercado tão competitivos quanto suas próprias vidas:

“O espetáculo é uma permanente Guerra do Ópio para fazer com que se aceite identificar bens a mercadorias, e conseguir que a satisfação com a sobrevivência aumente de acordo com as leis do próprio espetáculo. Mas, se a sobrevivência consumível é algo que deve aumentar sempre, é porque ela não para de *conter em si a privação*” (Debord, 2004, p. 32).

Significantes e significados passam a serem incitadores de uma vida que vai se esvaziando. O desenvolvimento econômico acabou por fazer com que o caráter do ser humano ficasse “coisificado”. Como visto anteriormente, o desenvolvimento de uma cultura de massas fez com que o interesse primordial se voltasse para a busca do lucro intermitente, empobrecendo as relações pessoais. Esta carência por sua vez vem fortalecer a tese de Tönnies (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993) que será vista mais adiante. O indivíduo no mundo é mais eficaz do que o coletivo:

“O sistema econômico fundado no isolamento é uma *produção circular do isolamento*. O isolamento fundamenta a técnica; reciprocamente, o processo técnico isola. Do automóvel à televisão, todos os *bens selecionados* pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das ‘multidões solitárias’” (Debord, 2004, p. 23).

A idéia predominante do *ter* para poder sobreviver, superou a idéia do *ser* para bem viver. A aceleração da economia e sua robustez fizeram com que a preocupação pela temática do social decrescesse. Para que isto ocorresse, foi importante também a alteração e criação de novos signos (significantes) e símbolos (significados) que pudessem legitimar esta mudança no meio social.

Como Debord (2004) expõe, o espetáculo que ocorre na sociedade está ligado à fabricação da alienação. O desenvolvimento da economia é em verdade a expansão de uma produção industrial específica. Da mesma forma que diversos autores (Brito, 2005; Campos & Jobim e Souza, 2003; Martins, 2003) especificam essa alienação como uma realização dos *media*, é importante notar que isto se deve também a diversidade da condição humana.

Kindel (2003) diz que a alienação ocorre por que em verdade os significados simplesmente não se vinculam de maneira efetiva ao objeto. Isto é, por mais que na subjetividade se forme uma representação do que é real, esta imagem nunca vai alcançar a realidade já que pode ser considerado um “duplo” de algo existente, porém nunca o próprio em si.

Esta brecha ao ser preenchida pela constituição da matéria, facilita o surgimento de diversos significados que podem ser artificializados por todo um sistema de comunicação. Também pela vaga de informações constituídas com a finalidade em si de criar ou fortalecer sistemas de crenças.

A realização de interpretações de um objeto pode ser errônea daquela ao qual o artista tinha esperança em ver compreendida. A mensagem advinda da estética não é encarada muitas vezes como aquela que deve ser original, pois o indivíduo tem condição a partir de sua própria história de vida, em fornecer os “sentidos-estímulos”, aos quais ele está percebendo (Dufrenne, 2004). Em outras palavras, às vezes as pessoas apreciam um objeto sem nem mesmo entender o apelo estético proposto por ele.

Tal assunto será abordado no capítulo seguinte, no entanto é necessário entender que o caráter do sentimento do que é belo nesta existência, é repassado como mercadoria a ser consumida. Além de um nível de beleza de tudo que subsiste, há aquilo que é exposto como algo a ser parte da relação de venda e compra e que tem seus traços originais realçados ou eliminados, sendo, portanto alterado de maneira postíça (Dufrenne, 2004; Debord, 2004; Lopes, 2004; Santaella, 2004). Sendo assim, a linguagem, tão peculiar aos humanos é modificada pelos mesmos, principalmente como advento da conjunção entre economia e a moda:

“A moda foi se tornando explícita quando a revolução industrial possibilitou a reprodutibilidade técnica de seus produtos, a reprodução em série do mesmo produto. De fato, a moda é filha diletta da aceleração do capitalismo industrial” (Santaella, 2004, p. 116).

Isto tudo vai sendo a tessitura da nova ordem social aos quais os humanos compõem. O contrato social foi substituído por outros acordos de tipo comercial, onde as pessoas são percebidas todas elas como pretexto de obtenção de lucro (Lopes, 2004).

As novidades que vão produzindo rupturas nas modas, nada mais são do que uma isca para uma nova absorção de capital de giro. Os signos e símbolos da linguagem estabelecida simplesmente são escamoteados para que a população-alvo possa ser convencida de que deve adquirir tal exemplar do objeto em foco.

Talvez o *media* mais forte para tal missão seja a televisão. Sartori (2000) diz que a TV além de divertir os telespectadores, os orienta e os faz sentirem-se compreendidos. Isto se dá na tentativa de influenciar não somente a linguagem entre os humanos, mas principalmente suas condutas (Saperas, 1987). Sendo assim, seguindo esta linha de pensamento, Rezende e Rezende (1989) admitem seu alto potencial narcotizante e estabelecedor de condutas apassivadas e modas passageiras.

Não se pode negar que este veículo de comunicação pode ter uma função dual, como visto acima. Andrade (2003) cita, por exemplo, o caso dos desenhos animados, onde há algumas variedades deste tipo de produção que podem estabelecer a proveniência de alguns comportamentos durante a socialização. Como justificativa disso têm-se os desenhos educativos ou os violentos produtores de efeitos já estudados pela psicologia (ver Coelho, 1983; Hagiwara, 1998; Kodaira, 1999).

Rezende e Rezende (1989, p. 10) explicam que esta continuidade de signos-símbolos se dá numa determinada relação convertida em dimensão espaço-tempo que se estrutura da seguinte maneira:

“Ao ser entretido pela tevê, o telespectador é mantido permanentemente no presente. Ainda que saiba, de antemão, que se trata de uma gravação de circunstância ou evento, como por exemplo, uma partida de futebol da qual já se saiba o resultado, o espectador é como aprisionado na redoma do momento presente”.

Esta condição desenvolvida pela televisão é originária já da literatura que por sua vez imprimiu às revistas em quadrinhos o mesmo modelo de captura da atenção do espectador através da imagem (Coelho Junior, 2005; Fresnault-Deruelle, 1980). Marcondes Filho (1996) segue entendendo que as fantasias da instância do imaginário na subjetividade humana estão suprimidas pelas cenas e imagens televisivas que por sua vez são por ele chamadas de “totalizadoras”, já que elas vão preenchendo as formas parciais da criatividade.

Este enchimento artificial, citado por aquele autor, depauperiza o campo imagético facilitando assim o enraizamento de valores e crenças de forma excessiva. A televisão exhibe modelos de vida e acontecimentos que podem ser tidos como factíveis. Isto poderia ser chamado de “poder simbólico” dado à alta capacidade que ela possui em convencer as pessoas. Porém, este poder deixa de ser simbólico quando os telespectadores passam a cumprir determinadas metas estipuladas não por elas mesmas, mas por um modismo, por exemplo.

Isto traz à baila dois pontos importantes no que concerne à linguagem, que são: como esta expressão se constitui para atravessar da dimensão eletrônica para aquela que é de ordem subjetiva, e, o outro é o cerne dos componentes lingüísticos sobre a formação ideológica da comunicação.

Levar isto em consideração requer uma postura teórica coadunada com princípios práticos, porém, é necessário entender que o estudo proposto tenta abranger alguns aspectos de maneira especulativa buscando subsídios que possam firmar a explicação do fenômeno explorado.

Alguns especialistas na área (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993; Medrado, 2000; Moreira, 2002) entendem que a linguagem também movimenta os sistemas de

comunicação humanos estabelecendo limites e valorizando determinados objetos e condutas:

“Em linhas gerais, definimos *mídia*, (...) como um sistema cultural complexo. Por um lado, esse sistema possui uma dimensão simbólica – num constante jogo entre signos e sentidos –, que compreende a (re) construção, armazenamento, reprodução e circulação de *produtos* repletos de sentidos, tanto para quem os produziu (os *media*) como para quem os consome (leitores, espectadores, telespectadores etc.)” (Medrado, 2000, p. 244).

A veiculação do que é transmitido deve basear-se sobre não somente o contexto dos *media*, mas também do que deve ser reconhecido pelo consumidor. É disso do que fala Lopes (2004) ao pesquisar as novas formas de interação mediadas pela mídia. E por outro lado, é isto o que mostra Guareschi (2001) ao explicar as técnicas de “diluição e recuperação” como aquelas que fazem subverter os valores sociais em prol do mercantilismo eletrônico.

A narrativa midiática baseia-se na circulação dos sentidos que deriva da linguagem que tem a função de cativar o telespectador. DeFleur e Ball-Rokeach (1993) citam o exemplo do uso da palavra *crack*. Em meados dos anos 1980 surgiu pela primeira vez no telejornalismo norte-americano uma reportagem sobre esta substância psicoativa. Em breve a noção do que era isto se tornou recorrente na sociedade deles. A comunidade naturalizou o conceito do que era *crack* e assim passou a utilizá-lo graças a mediação da TV:

“A mídia, pois, tem importantes influências em nossa linguagem e seus significados a elas ligados; *dissemina* os significados de termos existentes; *substitui* significados antigos por outros novos; acima de tudo, oficializa convenções de significado existentes para o vocabulário de nossa linguagem” (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993, p. 287).

Outras palavras que podem ser tidas como modelo disto são, por exemplo, “ecologia” de sentido bem restrito à ciência mas que após os anos 1970 passou a ser mais difundida principalmente com a preocupação pelo meio ambiente. Em termos

específicos do Brasil a palavra “favelado” adquiriu uma dimensão pejorativa com o passar das décadas.

Anteriormente significava o conjunto das famílias dos militares vindos da Guerra de Canudos (1895) que foram habitar os morros da cidade do Rio de Janeiro, com o deslindar do século XX estes locais tornaram-se muito populosos onde os serviços governamentais não chegavam. Atualmente esta palavra designa pessoas que estão à margem da atenção do governo, em situação de exclusão social.

Desta maneira a mídia acaba cobrindo uma função não só informativa, mas também de formadora e estabilizadora de novos glossários a serem assumidos enquanto comuns pela população. Porém como expõem diversos autores (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993; Strohschoen, 2004; Yanaze, 2002) mesmo com toda esta força ainda existe uma tendência comunitária a manter alguns itens de referência social como, por exemplo, o sotaque regional ou a gramática.

O trabalho que a literatura (mídia impressa) fez ao homogeneizar a linguagem desde o século XIX demonstra a funcionalidade lingüística vinculada à ampliação e modificação do vocabulário e influência direta nas formas da fala, principalmente incidindo de maneira direta sobre a pronúncia.

Então a mídia, pode ao mesmo tempo, em que mantém a linguagem e alguns tipos de comportamento estáveis, também estabelece modificações nestas mesmas esferas. Pode-se dizer que é um movimento de retórica ambígua como diz Medrado (2000) como em uma narrativa. Onde existe um processo dialógico que permite uma negociação entre aquele que produz a obra de mídia e o que recebe os sentidos dela.

As recepções destas mensagens durante o dia-a-dia acabam por desenvolver um *habitus* que se torna disponível a todos que partilham daquele contexto, renovando posteriormente a condição da mídia vir a estabilizar ou alterar algum aspecto do meio social. Um bom exemplo disso e que pode ser lembrado são o das propagandas que permitem que o consumidor possa escolher entre diversos produtos.

No sistema ideológico vigente em qualquer sociedade contemporânea, a *mass culture* serve como ponto original de disseminação de signos-símbolos preenchidos por determinados valores que permitem certa homogeneização, como já foi mencionado. Debord (2004) é incisivo com relação à este aspecto, ao argumentar que a atual sociedade, baseada nos princípios industriais, não é simplesmente superficial mas sim “espetaculoísta”, quer dizer, fundamentalmente a necessidade é de desenvolver o espetáculo sem pensar em um fim para o mesmo. O entretenimento nunca deve

terminar, e sim ir adiante. O espetáculo tem um fim em si mesmo e somente cumpre a função de alienar o sujeito. Debord (2004, p. 137) complementa:

“A ideologia é a base do pensamento de uma sociedade de classes, no curso conflitante da história. Os fatos ideológicos nunca foram simples quimeras, mas a consciência deformada das realidades, e, como tais, fatores reais que exercem uma real ação deformante; tanto mais que a *materialização* da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonomizada, na forma do espetáculo”.

Grande parte do que hoje constitui a *mass culture* reflete uma perspectiva ideológica que sufoca o indivíduo na sociedade, no sentido de indiferenciá-lo e de conformá-lo à condição de espectador, de consumidor. Até mesmo porque, segundo Emery et al. (1973), pode-se definir a *mass culture* como algo que serve para transmitir informações, anúncios e idéias a um imenso número de pessoas, utilizando os veículos adequados a um conjunto de objetivos mercantis.

Entre os muitos produtos dos meios de comunicação disponíveis para o consumo, apresentam-se as criações advindas da cultura japonesa, que se difundiram sobremaneira, alcançando diversos pontos no ocidente. Existe superprodução de diversos materiais (mangás, animes e *animesongs*, além dos *games*), ao que se somam os *cosplayers* como realização derivada da mídia e dos aspectos mostrados acima, e que constituem o tema central do presente trabalho.

Para alguns autores (Bosi, 2000; Guimarães, 2002; Rocha, 2005; Severiano, 1999; Vergueiro, 1985, Zuin, 1998) a cultura popular e, portanto, folclórica (e até mesmo épica) foi sendo diluída à medida em que os sistemas de comunicação começaram a ser patenteados. O que era expressão “espontânea” do povo e de suas diversas classes sociais, incluída a cultura erudita das elites, foi sendo homogeneizada aos poucos.

Por outro lado, também criticando o novo modelo de vida modernista, Fabiano (2003), entende que a arte acabará por refletir mais uma vez os hábitos das sociedades industrializadas. A própria arte passará a ser um componente deste processo. Isto se deveu à mercantilização cada vez mais freqüente, conforme diz Severiano (1999, p. 86):

“Um dos principais argumentos, que parece respaldar esta pretensa mudança na ordem social, é o fato de,

atualmente, a cultura de massa, ao incorporar as novas tecnologias, não mais se basear na padronização dos bens de consumo, mas se diferenciar em vários segmentos de mercado, cada vez mais exigentes, capaz de produzir bens específicos e diversificados para cada público, criando assim maior ‘liberdade’ de escolha”.

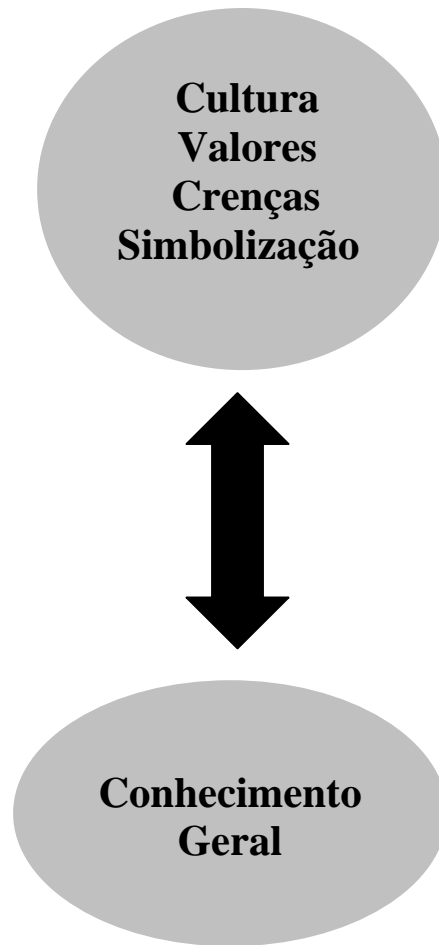
Tal processo, por sua vez, cria um sentimento de vazio existencial no consumidor, que tem à sua mercê uma grande quantidade de opções, mas que ao mesmo tempo não consegue se satisfazer com qualquer uma delas. Os empresários do entretenimento, ao se esforçarem por criar um sentimento de felicidade em seus produtos, em verdade acabam por negar a possibilidade de que isto ocorra, já que tal sentimento passa a ser uma marca a mais a ser oferecida no mercado.

Nem sempre o propósito de trazer bem-estar ao público é o objetivo principal. Como visto no tópico anterior, muitas vezes o que está à margem também faz sucesso entre o público. Desta maneira, na tese da “Indústria Cultural”, a massificação acaba por ser aceita pelas pessoas com certa frequência. O sentido de liberdade de escolha, em verdade não passa de uma efemeridade fabricada. Isto se dá justamente por que os *media* tem a poder de subverter a capacidade de reflexão.

Como Saperas (1987) afirma, a aptidão de convencimento dos meios de comunicação pode ser realizada não somente por técnicas de repetição ou persuasão mas também de exposição da presença pública de determinadas informações e conhecimentos de dados sobre o alvo a ser envolvido. Ela serve como uma lista temática de como enredar as pessoas. Então, o público-alvo é eleito, levando-se em conta a condição de assimilação e dispersão das informações do grupo.

Como visto o esquema na figura 1 abaixo (adaptado de Sartori, 2000), a cultura libera teores que vão desde valores sociais até as simbolizações criadas pelas pessoas. Completando esta percepção do tema, Sartori (2000), explica que principalmente a televisão pode servir como *paidéia*, isto é, como formadora social do ser humano, da criança ao adulto. Substituindo em parte as pessoas mais significativas do processo de socialização. Isto por sua vez é sustentado pelo saber, não somente de senso comum, como também reificado, ou, científico. O conhecimento também é o meio por qual estas substâncias temáticas fluem, socializando as pessoas. Tanto ciência quanto erudição são passíveis de se tornarem subprodutos midiáticos, dependendo do contexto.

Figura 1- Cultura e Dispersão de seus Conteúdos.



Toda obra social pode ser cooptada como sendo algo da ordem da produção em série, como numa linha de montagem, daí surgir o termo cunhado por Theodor Wieselgrund Adorno como sendo Indústria Cultural (ver Zuin, 1998). Tal conceito pode ser visto na explicação a seguir:

“(...) o teor do imaginário, da originalidade, da inovação que a cultura de massa pode oferecer é limitado não por uma fatal carência de talento dos realizadores artísticos, mas por força da organização industrial – burocrática que a rege estruturalmente. Como na produção de automóveis: todo ano, as marcas famosas se renovam, mas muito pouco, já que o seu consumo é bastante seguro” (Bosi, 2000, p. 52).

Zuin (2006) percebe que o alto investimento pessoal realizado pelos fãs e usuários de determinada mídia, acaba por encaminhá-los a um processo de objetificação

ou comodismo. Isto é, as iniciativas passam a ser dos *media* e não das pessoas. Os indivíduos tornam-se, então, “fetiches” da mídia passando a servi-las. Para se ter uma idéia, Moreira (2003) afirma que a indústria midiática arrecadou em 1997 cerca de 90 bilhões de dólares. Já von Feilitzen e Bucht (2002) reconhecem que, em 2001, esta marca havia atingido 149,3 bilhões de dólares, e com tendência a continuar crescendo. As cifras determinam as sete maiores empresas multinacionais: AOL – Time Warner, Walt Disney, Viacom, News Corporation, Vivendi – Universal, Bertelsmann e Sony, sendo que somente as três últimas não possuem sede nos Estados Unidos.

A propaganda é outra vertente de essencial importância para o estudo do poderio da indústria cultural (Yanaze, 2002). O público geralmente se convence de que a fantasia captada nos *merchandisings* é o seu próprio imaginário quando o que acontece na verdade é que alguns objetos comuns aos grupos são utilizados como “ponte” para se alcançar o objetivo financeiro.

Fabiano (2003) entende que os procedimentos da *mass culture* não atendem às expectativas de construção e desenvolvimento do indivíduo social, mas sim à inserção do mesmo no processo de produção. Uma vez acontecendo isto, o sujeito passa a estar enredado por um sistema de comunicação que não o permite realizar significação sobre os eventos de seu contexto:

“A hegemonia desta forma de produção cultural pode ser observada em manifestações que já foram identificadas e que continuam existindo, dentre elas: o caráter de montagem dos produtos; a capacidade destes prescreverem a reação dos receptores; a reprodução técnica que compromete a autenticidade da obra de arte; o consumidor como objeto da indústria cultural; a falsa identidade entre o universal e o particular; a técnica como ideologia; o ‘novo’ como primado manifesto do imediato e da busca calculada do efeito; a exploração da fraqueza do ‘eu’ numa sociedade de personalidades debilitadas e que facilmente aderem a ideários autoritários” (Costa, 2001, p. 107).

Levando-se em conta isto e como Zuin (1998, 2001) também tenta explicar, é como se o sujeito estivesse impossibilitado de compreender os signos disseminados no ambiente social. Isto no entender deste autor produz angústia. Para minorar tal sentimento, os próprios *media* estimulam as pessoas ao consumismo exacerbado.

Este componente consumista não é como se pode pensar algo somente imposto para as massas. Fabiano (2003) explica que como estes sentimentos compõem essencialmente a personalidade humana, a própria *mass culture* seria um componente da expressão popular.

Costa (2001) diz que as mensagens enviadas por este tipo de *media* não anula totalmente a percepção das pessoas. As impressões são permanentes e propiciam um entendimento do mundo que embora possa ser falseado não destrói totalmente a capacidade do sujeito em refletir sobre sua realidade.

O que ambos os autores concordam (Costa, 2001; Fabiano, 2003) é que a arte em si foi submetida, da mesma maneira que a natureza, à engenhosidade das técnicas humanas tornando-se assim mais uma mercadoria. Muitas vezes, conforme afirma Garcia (2005), o próprio corpo humano é submetido em prol desta arte. E a mídia se utiliza da materialidade psicofisiológica do ser humano para vender seus produtos, subvertendo assim, também a sua natureza.

Finalizando, ainda existe um julgamento que afirma a condição educativa que a mídia possui (Moreira, 2003). Embora os tradicionais códigos valorativos da sociedade estejam cada vez mais difíceis de serem absorvidos, os *media* ainda conseguem repassarem alguns aprendizados que podem ser úteis.

Mas lembrando os autores supracitados, dificilmente esta vocação não irá macular a circunstância de negatividade que a cada vez se fortalece, principalmente na televisão. Sendo assim, no capítulo seguinte será discutido mais especificamente o tipo de resultado das interações homem-mídia e formação da Identidade Social.

2. COSPLAYERS: A IDENTIDADE SOCIAL

Para o estudo da identidade social, é preciso considerar, inicialmente, que a presença de elementos da cultura japonesa no Brasil não pode ser caracterizada somente como artificialismo decorrente da força comercial de produções artísticas originadas do Japão. O consumo de produções culturais japonesas no Brasil é um fenômeno psicossocial que assume características cuja tipicidade e autenticidade são absolutamente próprias e cuja compreensão exige que informações específicas sobre a história do contato da cultura japonesa com o país sejam consideradas.

Em decorrência da imigração iniciada na primeira década do século XX, a inserção do elemento japonês na sociedade brasileira é uma realidade consolidada, com uma colônia de mais de 1,3 milhões de pessoas, entre imigrantes e seus descendentes, moradores, principalmente, do estado de São Paulo (Bolognini & Payer, 2005), seguido por Pará e Paraná. No estado do Espírito Santo, segundo Suda (2005) há também uma comunidade de nipônicos e seus descendentes. Sendo assim, constitui-se o consumo da mídia japonesa no Brasil um fenômeno psicossocial com características especiais de autenticidade.

No entanto, seria improvável entender como se deu um início de um tipo de consumismo de produtos culturais japoneses relacionados aos meios de comunicação de massa sem investigar suas causas e origens considerando aspectos próprios da cultura popular japonesa. Para alguns autores japoneses clássicos (Okakura, 1906/2007; Tanizaki, 1933/2007), este país sempre foi pouco entendido pelos ocidentais. Neste sentido, é preciso esclarecer que o que se destrincha a seguir são algumas condições da formação da cultura de massa japonesa e como ela penetrou vigorosamente no mundo ocidental, sendo estas questões pertinentes ao presente trabalho.

É necessário e importante entender, porém, que esses conteúdos massificados são inerentes à formação social japonesa e não um aglomerado de teores esparsos unidos pela necessidade financeira. Isso denota que experimentar estes produtos significa também provar do Japão em si.

2.1- Uma Breve História do Japão e o Surgimento de sua Cultura Pop

O Japão é constituído por um imenso conjunto de ilhas, compondo um arquipélago. Destarte tal fato, se pensa em um povo que por ser limitado

geograficamente pelos mares, não possui contatos com habitantes de outros países próximos. De fato, no início de sua história, não somente os japoneses, mas também outras populações insulares, são tidas como “fechadas em sua própria cultura”.

Apesar disto, já no século XIX as artes japonesas passaram a influenciar sobremaneira os artistas ocidentais, principalmente europeus. Segundo Peralva (1990), as artes visuais foram aquelas que primeiro chamaram a atenção dos críticos e especialistas no ocidente.

No entanto, Peralva (1990) afirma que a China é o centro da civilização asiática, sendo sua concorrente direta em termos de influência cultural, a Índia. Dada sua extensão geográfica, os valores e crenças chinesas se difundiram por regiões periféricas. Por isso o Japão viu afluir desde muito cedo em seu território, a partir do comércio marítimo, expressões religiosas, artísticas e de hierarquia social provenientes daquele país. Por exemplo, os primeiros templos japoneses, Toshodaiji e Horyuji foram construídos ao estilo chinês, da mesma forma que a música japonesa é derivada da chinesa (Candé, 1994).

Na história do Japão, todo o ciclo antigo é designado como “Período Jomon” que vai de 7.500 a.C. a 300 anos a.C., sendo visto como uma pré-história, na qual o que mais chama a atenção em termos de produção artístico-cultural são as *haniwa*, pequenas esculturas mortuárias de argila e as *dogu*: estatuetas estilizadas, também de argila, mas sem motivos fúnebres (Peralva, 1990).

O período que decorre de 300 a.C. até 300 anos da era atual chama-se pela historiografia nipônica de “Período Yayoi” e as produções culturais se baseiam em decorações leves e bem torneadas geometricamente. O bronze era usado em larga escala. Nesse período os laços culturais com a Coreia se estreitaram de maneira significativa. Pode-se dizer que foi uma época de suma importância da expressão dos ritos funéreos por causa da grande quantidade de túmulos bem ornados (Peralva, 1990).

Durante o século VI d.C. ocorreu a chegada da religião Budista ao arquipélago (“Período Asuka” de 300 à 552). Até então predominava o Xintoísmo, uma religião animista típica do povo japonês que se estende até os dias de hoje. O Budismo, espalhou-se e tornou-se quase preponderante no “Período Hakuho” (552-710), no qual surgiram as primeiras estatuetas representando Buda, seus discípulos e os seus princípios.

O Budismo foi um dos principais resultados da expansão financeira, militar, e cultural da dinastia T’ang chinesa que redundou no incremento das relações comerciais

através do Mar do Japão. É desta época que data a construção do primeiro grande templo budista japonês, o Horyuji que fica próximo a primeira capital do país: Nara (é o assim chamado “Período Nara” que vai de 710 até o ano 794). Por conta disto, esta região tornou-se um grande centro religioso-comercial.

Este impulso dado pela religião foi importante, pois fez com que a arte também progredisse, principalmente sob a forma de esculturas e pinturas, havendo a importação do alfabeto chinês, sob a forma dos “Kanjis”, isto é, os ideogramas do extremo oriente. Com tamanha prosperidade, a capital foi mudada de Nara para Kyoto em 794, quando começa o “Período Heian”, que vai até 1185. Segundo Peralva (1990) este momento foi marcante por que o objetivo passa a ser a transcendência, quando o artista tentava expressar algo que fosse além do lugar comum de uma resposta do homem à natureza. Um fato importante desta época é que foi escrito e publicado o primeiro livro japonês, intitulado: *Genki Monogatari*, de autoria de uma mulher da Corte Imperial chamada Shikibu Murasaki¹.

Conforme Moliné (2004), neste espaço de tempo os artistas gráficos desenvolveram técnicas que redundaram na elaboração de rolos de papel onde além de se contar histórias, registrarem dados financeiros, também eram usados para o desenho. Afirma Gravett (2004) que geralmente estas peças cilíndricas chegavam a medir seis metros de comprimento e podiam ser utilizados como seqüência em que havia uma narrativa sobre algum assunto, entre eles o humor:

“O artista e sacerdote Toba (1053-1140) ironizava sutilmente os religiosos, transformando-os em coelhos, macacos, raposas e sapos. Além disso, desenhava também infames concursos de peidos. Como num computador moderno, os olhos dos leitores rolavam através do cenário, movendo-se da direita para a esquerda enquanto os pergaminhos eram abertos” (Gravett, 2004, p. 22).

Tal técnica transformou-se no precursor do atual mangá, uma revista em quadrinho tipicamente japonesa. Afirmam alguns autores (Koyama-Richard, 2007; Yonezawa, Sakata, Shimizu, Torikai & Komatsu, 2003) que as primeiras obras precursoras dos mangás foram *Choju Jinbutsu Giga*, *Shigisan Engi Emaki* e *Bandanagon Ekotoba*, que foram compiladas no final do século XII.

¹ A partir daqui os nomes japoneses estão escritos ao estilo nipônico: sobrenome e depois nome.

Todos estes conjuntos de gravuras foram confeccionados em rolo de papel com narrativas de eventos religiosos e fantásticos. A ordem de apresentação das figuras, já nesta época, era da direita para a esquerda para evidenciar um estímulo visual que permitisse o surgimento da sensação de movimento dentro das gravuras (Koyama-Richard, 2007).

Em outras palavras, o povo japonês começou a construir sua própria arte se distanciando gradativamente da zona de influência chinesa. Uma outra explicação dada por Tazawa, Matsubara, Okuda e Nagahata (1973/1985) para o aparecimento deste tipo de narrativa que logo veio a chamar-se *Toba-e*, em memória ao seu criador o monge Kakuyu Toba, foi que a circunstância histórica, denominada de “Período Kamakura” (1185-1333) originou o que é chamado de um encaminhamento cultural explicativo ou descritivo. Isto é, o contexto encorajou o surgimento específico desta modalidade de arte, que veio a influenciar a criatividade nos períodos posteriores.

Peralva (1990) complementa que a particularidade de tal contexto se dá pelo surgimento de uma classe de guerreiros profissionais chamados de “samurais” por volta de 1185. Estes soldados tomaram o poder da nobreza e retiraram a iniciativa do imperador em governar o país. Deram valor à seita Zen, da religião budista. Ocorreu nessa época uma conversão das narrativas transcendentais por um pictorismo de guerras e descrições de vida das pessoas do seu tempo. Um exemplo disto é o *bushido*, seu código de honra. Ou seja, o metafísico foi substituído pelo realismo:

“O Shogunato Kamakura era baseado em laços de lealdade mútua existentes entre senhores e vassalos. Em contraste à rígida e tradicional estratificação e subordinação de classe, a gente estava desenvolvendo, cada vez mais, uma consciência de ser humano, e, concomitantemente, havia mais preocupação e interesse pelo seu semelhante.” (Tazawa et al., 1973/1985, p. 59-60).

Nos períodos seguintes (Muromachi e Azuya-Momoyama que cobrem juntos a relação de tempo de 1333 a 1600), o Shogunato estabelecido manteve sua força militarista e pouco mudou as relações sociais, religiosas e culturais no país, apesar de ter havido alternância de governantes ao longo de duzentos anos.

Algumas inovações artísticas foram implantadas, como o estilo arquitetônico *shoin-zukuri* que estabeleceu o modelo de casa dos japoneses até os dias de hoje ou o

Ikebana, arte de arranjar flores. Foi neste período que se popularizou a *cha no yu*, isto é a cerimônia do chá e o hábito de beber este líquido foi repassado para todas as camadas sociais como uma fuga aos afazeres do cotidiano (Okakura, 1906/2007). Estes costumes foram incorporados aos hábitos ocidentais mais tarde.

Em 1543 os primeiros ocidentais chegam ao Japão. Mercadores portugueses provenientes da cidade colonial de Macau (conquistada em 1519), na China, aportaram nas Ilhas Tanegashima ao sul de Kyushu sob a liderança de Fernão Mendes Pinto, e estabeleceram os contatos iniciais. Trouxeram além dos costumes europeus, sua religião e armamentos (Berineau, 1998).

Em 1600, com a batalha de Sekigahara, assume o poder a última dinastia shogunal e tem-se o início do “Período Edo” (1600-1868). Neste momento, a influência ocidental passa a ser cada vez maior, principalmente com a chegada de barcos holandeses que tentavam fraturar o comércio português na região.

Da disputa comercial para a rivalidade em plano político não demorou muito. A religião era o principal vetor de inquietações e em 1637 com a rebelião de Shimabara, o cristianismo foi banido do país junto com os portugueses no de 1639. Assim, o Japão entrou em um isolacionismo que somente terminou em 1853 depois de findada a chamada política do *Sakoku*.

Em 1681, um desenhista chamado Hishikawa Moronobu começou a pintar em forma de xilogravuras os momentos mais cotidianos das populações humildes (Tazawa, et al., 1973/1985). Sob a forma de produção em massa estes desenhos se tornaram populares e se espalharam pelo país. Este tipo de obra recebeu o nome de *ukiyo-e*, que se manteve como meio de expressão mais divulgado até o início do século posterior. Ainda hoje, este tipo de desenho serve como objeto de estudo (Miura & Koike, 2003).

Sob a égide de sua popularização, os editores daquele tempo começaram a publicar livros em grande quantidade dando início a uma expansão do hábito de leitura. É importante lembrar que a imprensa japonesa surgiu por volta do ano de 1620, sendo que a maior parte da literatura era publicada sob o formato de livros (Luyten, 1987).

A união do *ukiyo-e* com os seus correspondentes em formato de livro (*ukyo-zoshi*) deu início ao Teatro Kabuki (união dos desenhos com a narrativa literária). Por volta de 1720 foi publicado um livro de xilogravuras que lembra os atuais mangás, por isso diversos autores (Miura & Koike, 2003; Koyama-Richard, 2007) afirmam que o Japão foi o primeiro país a desenvolver histórias em quadrinhos. Adicionalmente,

Gravett (2004) informa que já em 1722, os *toba-e* foram censurados por causa de seu freqüente conteúdo erótico e de terror.

Diz-se que por volta da segunda metade do século XVIII, surgiram os *Kage-e* no vácuo das gravuras censuradas. Este tipo de desenho possuía uma técnica peculiar de exibição:

“Retratando pessoas, animais, móveis ou outros motivos, as gravuras eram penduradas na extremidade dos dedos do contador de histórias ou em finas varas de bambu. Eram então suspensas diante de uma luz para produzir sombras. Bastava mover as gravuras para tornar mais divertida sua visualização” (Yonezawa et al., 2003, p. 12).

Esta maneira bem distinta de produção que acabou por se popularizar dominou também o início do século XIX. Até que por volta do ano de 1814 o maior pintor de *ukiyo-e* chamado Hokusai Katsushika (1760-1849) iniciou uma série de cerca de quatro mil ilustrações que receberam o nome de *Hokusai manga*.

Moliné (2004, p. 18) considera que “ao criar o estilo, que unia os caracteres *man* (“involuntário”) e *ga* (“desenho”, “imagem”) – cuja palavra resultante significava “imagens involuntárias” -, este se impôs definitivamente como sinônimo de tudo o que é relacionado à caricatura ou ao humor gráfico, à semelhança da palavra inglesa *cartoon*”.

Por outro lado, assegura Gravett (2004, p. 24) que o mangá “significa rascunhos mais livres, inconscientes, nos quais ele (Hokusai) podia brincar com o exagero, a essência da caricatura. Hokusai nunca incluiu a narrativa em seus rascunhos (...)”. Embora a idéia do primeiro *mangaká* (desenhista de mangás) tenha sido o de criar desenhos de caricaturas, sua arte evoluiu para a narrativa das histórias em quadrinhos.

Retomando o exposto anteriormente, com a sedimentação do *Hokusai manga* como arte nacional, a política japonesa esteve prestes a fazer uma guinada de “cento e oitenta graus”. Isto se deu com a chegada dos norte-americanos no ano de 1853 (o “dia das naus negras”). O Japão, naquele momento um país fechado, não resistiu à iniciativa ocidental de promover uma reabertura, principalmente porque a política interna estava conturbada (Benedict, 1946/2002).

Desde o final do Período Heian os samurais detinham o poder político-militar do Japão, fazendo com que este permanecesse incomunicável ao resto do mundo. Com a chegada das embarcações norte-americanas, e com a pressão para abertura dos portos,

alguns políticos viram a possibilidade de modernizar o país e dar fim ao governo shogunal.

Algumas delegações estrangeiras se instalaram próximo à Edo (antigo nome de Tóquio). Em 1867 o imperador Kommei morria propiciando ao seu único herdeiro de 15 anos de idade assumir o trono (o príncipe Matsuhito, que adotou posteriormente, o nome de Meiji). Ao que o novo shogum, Tokugawa Yoshintomi não tinha mais que trinta anos de idade e pouca experiência na administração da nação (Peralva, 1990).

Em tais circunstâncias, os embaixadores e empresários estrangeiros viram a grande possibilidade de controlar o comércio do país. No ano de 1868 o Shogunato foi abolido e grandes reformas se sucederam. A Era Meiji (1868-1912) é destacada como um “período de ouro” na moderna história japonesa.

Produtos foram importados em massa, os japoneses tiveram acesso à cultura ocidental, e o governo além de incrementar o intercâmbio com a Europa e os Estados Unidos, enviava estudantes para as universidades destes países. Foi o segundo momento de aproximação com o ocidente (Benedict, 1946/2002).

Estas trocas, facilitadas pelo contexto histórico, resultaram em um certo choque na criação dos mangás após a morte de Hokusai. Um dos promotores mais incansáveis da divulgação da cultura japonesa nos países ocidentais foi o jornalista grego naturalizado japonês, Lafcádio Hearn que escreveu diversos livros sobre a cultura nipônica no início do século XX.

Um dos elos que liga as artes gráficas da Europa ao Japão, é a revista *Japan Punch*, publicada a partir de 1862 por um oficial do exército inglês, chamado Charles Wirgman (Gravett, 2004). Decorrente disso passa a ocorrer uma união contrastante entre a inovação ocidental e a tradição japonesa, e a envolver o uso das então modernas chapas de cobre para impressão dos primeiros números no mais fino papel nipônico.

Deste instante em diante está selado o futuro do que são os atuais mangás e sua força como poder de comunicação de massa ao redor do mundo. Em 1890, por causa dos desenhos de Kinkichiro Honda, o termo mangá se cristalizou como a marca deste produto de maneira definitiva (Gravett, 2004).

Segundo alguns autores (Alves, 2001; Appel & Appel, 1994; Cyrne, 1997; Koyama-Richard, 2007) as tiras de histórias em quadrinhos serviam para ridicularizar os políticos, exibir estórias divertidas de crianças e até mesmo ostentar conteúdos de cunho preconceituoso. Coelho Junior (2005) informa que nos Estados Unidos com o passar do tempo, essa modalidade acabou sendo relegada a segundo plano, como atividade

dirigida ao público infantil, o que se espalhou por todo o ocidente no início do século XX.

Com este molde de tiras sendo popular, um jovem estudante de pintura passa a viver como desenhista de mangás tornando-se um grande sucesso. Kitazawa Rakuten (1876-1955) acaba por criar a primeira personagem de mangá fixa que se tornou familiar ao público: “Haneko Tonda”. Ele também foi o criador e primeiro presidente da Associação de Desenhistas do Japão (*Manga Kôraku-kai*), lutando pelos direitos autorais ao mesmo tempo em que trabalhava (Moliné, 2004).

No Japão, com a capitalização dos lucros que foram surgindo do impulso progressista da abertura dos portos desde o século XIX, apareceram as primeiras indústrias e também as mais antigas editoras que ainda estão em atividade: Kodansha (fundada em 1909), Shogakukan (fundada em 1922) e Shueisha (fundada em 1925).

Embora hoje, como afirma Moliné (2004) existam cerca de 430 editoras naquele país, voltadas para um imenso mercado leitor, apenas essas supracitadas detêm o monopólio editorial. O que se pensa é que em breve tal comércio expanda-se ainda mais. Para se ter uma idéia de tal faturamento promissor, Barral (2000, p. 200) diz que:

“O mercado editorial, cujo carro-chefe é o mangá e as publicações periódicas, é dominado por três grandes grupos, Kodansha, Shueisha e Shogakukan que controlam sozinhos 20% do volume de negócios do setor, o qual oscila, entre os bons e maus anos, em torno de 130 bilhões de francos (...). Graças ao crescimento quase exponencial das revistas de mangás, o setor editorial quase triplicou seu volume de negócios entre 1975 e 1997, passando de 50 a 130 bilhões de francos em um período de 22 anos”.

Já Luyten (2004) afirma que com a chegada do ano de 2002, de todas as parcelas do que fora publicado no Japão, quase ¼ (um quarto) correspondiam à produção de mangás. Segundo Barral (2000) e Moliné (2004) a comercialização deste tipo de mídia também é bastante volumosa em outros países do oriente, mais notadamente China, Coréia do Sul e Filipinas, por exemplo, como também em nações ocidentais (Estados Unidos, França e Espanha, para citar algumas).

No entanto, embora as editoras sejam antigas e poderosas, Luyten (1987) diz que naquele país, os desenhistas são em geral independentes e trabalham sem intermediários com as editoras e jornais, isto é, não estão vinculados aos sindicatos, como no ocidente.

A autonomia dos mangakás continua desde a época de Hokusai, porém o profissionalismo e trabalho massificado tomaram lugar do desenho artesanal e de produção limitada.

Tanto Luyten (1987) quanto Moliné (2004) concordam que existe potencialmente a possibilidade de um mangaká se tornar rico e reconhecido. Por isso existem cerca de três mil destes autores espalhados pelo país, e muitos jovens têm como desejo profissional tornarem-se desenhistas. Todavia, Moliné (2004, p. 36) informa que a vida de quem possui tal ofício não é das mais salutares:

“Semanalmente, a rotina de um autor de mangá consiste em uma reunião com o editor na segunda-feira, para discutir a entrega semanal dos trabalhos. Na quarta-feira, o desenhista entrega as páginas rabiscadas a lápis, que são revisadas e aprovadas pelo editor. Por fim, na sexta-feira, são entregues as páginas desenhadas a tinta, para serem rotuladas e montadas. Assim, na outra semana, tem início outro ciclo. No caso de o artista atrasar a entrega do material, o editor chega ao extremo de fazer o mangaká ficar trancado em casa ou em um hotel até terminar as páginas exigidas”.

Mesmo com tamanha pressão para trabalho, é uma das profissões mais bem-quisitas naquele país e Luyten (1987) entende que isto se dá pela quase unânime aceitação dos mangás e pela rara tradução de histórias em quadrinhos ocidentais. Além do que a própria mídia cerca essas pessoas, dando destaque a elas, como fazem com celebridades da TV ou jogadores de futebol, atores de novelas, etc.

Não é por menos que para Franco (2004), o estilo de desenho passou a ser copiado principalmente no ocidente e acabou por manifestar-se como uma alternativa a artistas para exibirem seus trabalhos e abrir novos caminhos no mercado tão disputado como é o dos Estados Unidos, entre outros.

Luyten (2002), diz que um mangaká que ajudou nessa representação positiva dos desenhistas na sociedade japonesa foi Tezuka Ozamu (1928-1989) que muito contribuiu com a sua extensa obra para que, definitivamente, o mangá se tornasse uma história em quadrinhos com a narrativa comum a elas. Talvez esta iniciativa possa ter facilitado e colaborado para o aparecimento dos *cosplays*.

Até a época do nascimento de Tezuka (Era Taisho entre os anos 1912 e 1926), no Japão, os mangás seguiam seu ritmo tradicional: histórias para crianças, sátiras sobre

políticos, etc. Porém com a grande depressão mundial, nacionalismo exacerbado e o reinício das hostilidades entre algumas nações, o estado japonês adotou a mesma retórica armando-se e deixando que elementos militaristas aos poucos, o dominassem. No período imediatamente anterior à Segunda Guerra Mundial, as personagens de mangás acompanharam este movimento e tornaram-se mais agressivas.

Foi nesta mesma época que, como afirmam alguns autores (Fujino, 1997, 2002; Luyten, 1987; Meireles, 2003) começaram a se cristalizar as distinções entre os leitores de mangás. Mesmo que isto estivesse ocorrendo desde o Período Heian, foi depois da Era Meiji que fortemente se destacaram obras para faixa etárias distintas, gêneros, *hobbies* e profissões, bem como temas diversos. Pode-se ver no estudo de Coelho Junior (2005) alguns exemplos:

*Shonen mangá: São os mangás para garotos. Eles geralmente contêm muita ação e boas doses de violência. Grande parte dos sucessos deste estilo, se deve principalmente, ao recorde de vendas de *Yu Yu Hakushô*. Outros exemplos que podem ser lembrados são *Saint Seiya* (“Cavaleiros do Zodíaco”) e *Dragon Ball*;

*Shojo mangá: Estes são os mangás para as garotas. Seu enredo é centrado em romances e dramas. Na última década, sua venda cresceu muito, por causa do interesse do público masculino. Alguns modelos que podem ser citados são *Fushigi Yûgi*, *Rayearth* e *Sailor Moon*;

*Jidaimono mangá: São mangás que retratam eventos e/ou personagens históricos do Japão, como por exemplo *Vagabond*, *Kamui Den* e *Kosure Okami* (“A Lenda do Lobo Solitário”);

*Spokon mangá: Com temática esportiva são bons exemplos: *Slam Dunk*, *Tsubasa* (“Supercampeões”) e *Touch*. Este tipo de mangá reflete basicamente o espírito do povo japonês de sempre lutar em busca da vitória com o apoio dos amigos. O esforço merecido traz as recompensas;

*Hentai mangá: De conteúdo erótico, *Love Junkies* pode ser tido como o exemplo mais atual;

*Ecchi mangá: São aqueles que podem ser tidos como de “comédia romântica”. Nas últimas duas décadas, suas vendas foram alavancadas por um conjunto de obras singulares, como por exemplo *Oh My Goddess!*, *Love Hina* e *Azumanga Daioh*.

Diferentemente dos mangás, os *comics* não comportam tantas categorias temáticas e mantém um conjunto de cerca de 85% do público leitor sendo composto por homens (Carvalho Junior, 2002). Afora estes mangás tipificados acima, há os de

suspense, os de estórias policiais, os de terror, os de ficção científica, entre tantos outros.

No caso de Ozamu Tezuka, este mangaká recebeu influência direta do quadro destes estilos tipificados e posteriormente revolucionou o modo de desenhar e comercializar os mangás. Diz Luyten (1987) que Tezuka, já aos quatro anos de idade lia mangás, e durante o resto da infância e adolescência, sofreu forte influência dos quadrinhos e desenhos animados do Estúdio Walt Disney.

Gravett (2004) confirma isto ao avaliar que o ambiente da infância do desenhista japonês tenha sido bem liberalizante e sofisticado. Isto permitiu que mesmo tendo se formado em medicina e vivido a frustrante experiência da derrota japonesa na Segunda Guerra Mundial, ele conseguisse desejar uma vida profissional no meio artístico.

O contexto social daquele período em que Tezuka passou sua fase adulta era tenebroso para todo o povo. A pobreza imperava, o país estava arrasado com o fim da guerra, as pessoas duvidavam de como o imperador encaminhara a trégua com os norte-americanos, entre outros fatos.

No campo das artes gráficas, tal depressão não foi diferente. Somente restaram, do já imponente comércio de mangás, o *Kamishibai*, o “Teatro de Papel” itinerante, e o *Kashibon*, “mangás de aluguel” distribuídos por bibliotecas públicas (Moliné, 2004).

Com essa situação desastrosa, Tezuka passou a publicar suas primeiras estórias de mangá no formato *Akaihon*, ou seja, “livro vermelho”, pois nesta época era com a tinta rubra que os mangás eram desenhados, já que faltava dinheiro para realizar um trabalho mais refinado. *Shin Takarajima* (“A nova ilha do tesouro”) foi a sua primeira publicação, e conforme atesta Luyten (1987) o diferencial foi de que ele introduzia pela primeira vez efeitos de cunho cinematográfico. Gravett (2004, p. 28) expõe desta maneira:

“Ele foi o principal agente da transformação da imagem do mangá, graças à abrangência de gêneros e temas que abordou, às nuances de suas caracterizações, aos seus planos ricos em movimento e, acima de tudo, à sua ênfase na necessidade de uma história envolvente, sem medo de confrontar as questões humanas básicas: identidade, perda, morte e injustiça”.

Com este tipo de técnica, seguindo roteiros humanistas, Tezuka alçou rapidamente ao sucesso, no mesmo momento em que a televisão era introduzida no

Japão, no ano de 1953, pela estatal NHK (*Nippon Hoso Kyokai*). Esta, por sua vez, fôra fundada em 1926 como a primeira estação de rádio nacional (Briggs & Burke, 2004). Nem por isso o jovem desenhista esmoreceu e em breve ele saberia utilizar deste meio para reforçar o poder dos mangás na cultura japonesa.

A experiência de Tezuka, como renovador da arte dos mangás também foi derivada de seu interesse para com o Teatro de Takarazuka. Formado apenas por mulheres, esta companhia desenvolveu espetáculos que se tornaram famosos. Gravett (2004, p. 81) explica assim tal relação:

“A afeição de Tezuka por essas apresentações também pode ser notada no seu hábito de desenhar personagens femininos com olhos muito grandes e brilhantes, frequentemente umedecidos por cascatas de lágrimas (...). Quando criança, via os olhos fortemente delineados das atrizes brilharem com o reflexo das luzes do palco. Tezuka descobriu que essa técnica teatral usada para projetar emoções através dos olhos também funcionava no mangá. O olhar do leitor é instintivamente atraído para aqueles olhos cartunescos, grandes como janelas, que parecem seguí-lo por toda página”.

Assim, os “olhos grandes” das personagens persistem até hoje como uma das principais características da esmagadora maioria dos mangás. Não foi por menos que o primeiro mangá de Tezuka vendeu por volta de 800.000 cópias. Isto pode ser considerado o degrau inicial para o que viria no ano de 1997 com *One Piece*, que já vendeu 65 milhões de cópias (Luyten, 2002, 2004).

Em 1947 aparece a primeira revista mensal de mangás chamada de *Manga Shonen* que traduzindo ao pé da letra, seria “revista para garotos”. É importante notar que ainda hoje no Japão, a maioria dos mangás não são comercializados, como no Brasil, com as histórias separadas.

Somente quando uma obra é aclamada pelo público, permitindo vultosos lucros, é que ela é publicada em separado como um mangá único. Se assim não for, uma edição comum possui cerca de quatrocentas páginas divididas por diversas histórias de autores diferentes.

Em 1955 surgiu *Nakayoshi* da editora Kodansha, que abriu espaço para os devaneios das adolescentes. Ao lado das publicações desta revista, Hasegawa Machiko

(1920-1992) desenhava as tiras satíricas de cunho familiar *Sazae-San* que ainda hoje aparecem no *Asahi Shimbun*, o jornal mais vendido do país.

Seu aparecimento é importante não somente pela perenidade do seu trabalho, que continua sendo publicado, mas principalmente por que ela foi uma das primeiras e principais desenhistas de gênero feminino. A própria *Nakayoshi* trouxe roteiros de estórias escritas por homens, bem como desenhadas por eles.

Com a aparição de Hasegawa, as mulheres começaram a se interessar pela profissão. O bom resultado de sua obra favoreceu o afrouxamento do machismo não somente no meio artístico, mas também de forma genérica na sociedade (Gravett, 2004). Embora *Sazae-San* tenha sido uma estória desenhada por uma mulher e traga como personagem principal também uma mulher, foi *Ribbon no Kishi* (“A princesa e o cavaleiro” de Tezuka Osamu) a primeira obra com contornos românticos que vão caracterizar os *shojo manga* (Fujino, 1997, 2002).

Este período foi propício para o surgimento deste tipo de trabalho porque o Japão ressurgiu economicamente e se libertou do governo militar imposto pelos norte-americanos. Foi uma época áurea, com um reinício de consumismo generalizado parecido com aquele que havia ocorrido na Era Meiji.

Se a Era Shôwa (1926-1989) é descrita por seus eventos traumáticos, ela também pode ser considerada como um período de re-estruturação político-social que fez com que o Japão voltasse a se situar entre os países de ponta no cenário internacional depois de muitas dificuldades (Watanuki, 1986). A década de 1960 teve importância também por causa da permanência como hábito dos japoneses da atividade de assistir televisão:

“As ruas de Tóquio fervilharam quando milhares de pessoas se reuniram para assistir à transmissão ao vivo de uma luta. Cinco anos depois, um casamento real japonês teve impacto tão grande para os telespectadores quanto haviam tido as bodas reais britânicas: um milhão de aparelhos foram vendidos (...). A Olimpíada de Tóquio de 1964 foi grande atração nacional e internacional nas televisões em cores ou preto-e-branco” (Briggs & Burke, 2004, p. 245).

Estes fatos foram importantes porque viabilizaram o surgimento dos desenhos animados japoneses. Até então, os mangás dominavam o mercado de histórias gráficas sofrendo uma mínima concorrência dos *comics* norte-americanos. Isto se deu

principalmente na insistência de Tezuka Osamu em encarar as realizações destas histórias em quadrinhos como um produto essencialmente derivado da cultura japonesa. Neste sentido, até os dias de hoje quase não há abertura para os *comics* estrangeiros.

Com a chegada da televisão e a sua rápida popularização, Tezuka foi contratado, através de seu Estúdio o *Mushi Productions* para realizar a primeira animação japonesa, que foi uma adaptação de seu mangá *Tetsuwan Atom* (“Astro Boy”), em janeiro de 1963.

Antes disto acontecer, em junho de 1962, a NHK havia contratado o Estúdio Otogi para produzir uma animação didática com o nome de *Manga Calendar*. Os resultados positivos alcançados criaram possibilidades para que uma obra não-didática fizesse mais sucesso.

Com o crescimento econômico japonês sendo contínuo entre os anos de 1968 a 1990 (Datte, 1998; Watanuki, 1986), os animes (desenhos animados japoneses) foram exportados para todas as partes do mundo:

“Segundo o site Asahi.com, o Ministério das Relações Exteriores do Japão está considerando oferecer ajuda financeira aos canais de TV de outros países que desejam ter direitos para a exibição de animes e outros trabalhos de entretenimento de origem nipônica. Houve a constatação de que os animes contribuem para a disseminação da cultura japonesa e que um bom exemplo é o aumento dos interessados em aprender a língua japonesa para uma compreensão melhor dos títulos. O Ministério concluiu que os animes e outras formas de entretenimento são positivas para a imagem do Japão. A América Latina e África são prioridades neste Plano Oficial de Assistência de Desenvolvimento (ODA)” (Monte, 2005).

Na inquirição de Yonezawa et al. (2003) sobre dados do mercado de animes, descobriu-se que entre 1971 e 2001 os lucros com animes para televisão beiraram os 20 bilhões de ienes. E somente no ano de 2001, a arrecadação de dinheiro ficou em 43,2% de tudo que fora exibido.

Sabendo que os negócios na área de mídia geralmente vão bem, foi criado o Plano Oficial de Assistência de Desenvolvimento, pelo governo japonês. Este plano é

um projeto estratégico de difusão cultural e ampliação do arrecadamento de altas cifras a partir destas produções. Para os japoneses, desenho animado e revistinhas em quadrinhos são um assunto sério (Polito, 2005).

De tudo o que é arrecadado nas salas de exibição japonesas, a parte que compete aos animes determina uma quantia de cerca de US\$ 8.100.000. Juntando-se a isso o que é repassado nas TVs (US\$ 3.937.000.000) e o que foi faturado no maior mercado cinematográfico do mundo, que é o dos Estados Unidos (US\$ 4.359.110.000) houve um lucro que segundo alguns autores equivalem a quase um sexto de todo o PIB (Produto Interno Bruto) japonês (Yonezawa et al., 2003).

Então, os meados da década de 1960 são um momento em que surge uma vertente nova da cultura popular japonesa, que é o aparecimento dos animes. Ambos os tipos de produções terão uma relação intrínseca daí em diante, repartindo os proventos. É muito comum que um mangá que faça relativo sucesso ganhe interesse de algum estúdio e que posteriormente transforme-se em anime. Embora o inverso seja um tanto raro, também há ocorrências de que desenhos animados tenham se transformado posteriormente em mangás.

Os animes foram responsáveis a partir da década de 1970 por iniciar a divulgação dos mangás no ocidente (Coelho Junior, 2005; Moliné, 2004). O primeiro anime que fez relativo sucesso foi *Heidi* de Takahata Isao e Miyazaki Hayao e ganhou uma boa projeção principalmente na Europa, cenário da estória animada.

A partir disto, os autores de mangá começaram a pensar também ao desenhar suas obras, em fazê-lo aperfeiçoando a técnica de Tezuka Osamu, sobre uma perspectiva cinematográfica. Isto não somente facilitava a idéia do leitor sobre o ambiente fantástico como também o preparava para o futuro anime.

Em 1974, segundo Barral (2000) ocorreu o primeiro “animeboom” (termo relativo à superdifusão dos animes pelo mundo), com a exibição de *Uchû Senkan Yamato*, de autoria de Matsumoto Leiji que teve 77 episódios para a televisão. O tema futurista da estória, cujas personagens exploram o espaço sideral e tentam salvar o planeta Terra envolveram tanto os fãs japoneses como os da Europa e Estados Unidos.

Descoberto o caminho da “mina de ouro”, o segundo “animeboom” ocorre com a exibição de *Kidô Senshi Gundam*, em 1979 iniciando uma nova modalidade: Além de seu correlato em mangá havia também desta vez o “OVA” (*Original Vídeo Animation*, ou animação original em vídeo), que nada mais era do que vários episódios independentes da série produzidas como fitas de vídeo cassete.

Os OVAs (Moliné, 2004; Nagado, 2005) foram criados na época em que estes aparelhos se tornaram um modismo consumista no Japão, justamente para atender a demanda por este tipo de produção. Hoje em dia este modelo de animação continua suprimindo as necessidades dos fãs com os DVD's.

Entre 1984 e 1986 são exibidos dois animes que rapidamente fazem sucesso tanto no Japão quanto no ocidente: *Dragon Ball* (de Toriyama Akira) e *Saint Seiya/Cavaleiros do Zodíaco* (de Kurumada Masami). Eles compõem o terceiro “animeboom”. A série de mangá da primeira obra foi desenhada por onze anos consecutivos, tendo sido encerrada por motivos de fadiga do autor. O anime teve 355 episódios. A segunda produção teve o mangá finalizado em 1991 e contou com 114 capítulos de anime, mais seis OVAs e uma minissérie de 13 episódios especiais para a televisão (Moliné, 2004).

Importante lembrar que tanto os mangás quanto os animes andam de mãos dadas com o sucesso, provocando o surgimento de centenas de franquias de diversos produtos. Pode-se dizer que depois, na década de 1990, surgiu um quarto “animeboom” com o anime *Pokémon* de autoria de Tajiri Satoshi.

Pokémon estreou em 1997 e provocou comoção internacional entre as crianças de faixa etária de seis a dez anos de idade ao redor do mundo (Rocha, 2005; Schmaedecke, 2002). Rocha (2005) indica que este anime originou-se de um *game* que conforme Monte (2005), já vendeu 136 milhões de cópias em todos os continentes. A série, que já possui onze OVAs, contém 276 capítulos.

Interessante notar que toda a grade de exibição de programas de televisão, incluindo aí os animes, é minuciosamente acompanhada pelas divisões de pesquisa da NHK. Desde 1957 esta instituição produz estudos sobre a influência da TV na cultura japonesa, tentando regular da melhor maneira possível conteúdos de violência ou eróticos (Kodaira, 1999). Diferentemente do exposto por Andrade (2003), que afirma que estes desenhos são violentos e exibidos com certa falta de responsabilidade ao público (o que pode até ser verídico na realidade brasileira).

A problemática deve ser definida pela situação injuriosa de que muitas empresas de telecomunicações adquirem estes produtos sem se interessarem por qual faixa etária devam se destinar. O horário de exibição pode ser inadequado, assim como seu teor para quem o assiste.

Com a propagação dos animes e seus OVAs, os dirigentes da mídia japonesa tentaram um novo avanço: a produção de longa-metragens animados (animes de longa

duração) a serem exibidos não nos canais de televisão, mas nos cinemas. Talvez, o primeiro *movie* (palavra que serve para designar este tipo de produção) que tenha causado um bom impacto no público telespectador tenha sido *Kaze no Tani Nausicäa* (“Nausicä do Vale do Vento”, no ano de 1984) produzido pelo recém fundado Estúdio Ghibli, de Miyazaki Hayao.

Este filão foi sedimentado com a produção *Akira*, de Otomo Katsushiro, que segundo Moliné (2004) fez mais sucesso em outros países do que no Japão. Ainda segundo este autor, esta obra, derivada do mangá homônimo, provocou grande interesse nas mídias ocidentais, facilitando ainda mais a entrada de mangás e animes em seus campos de comércio literário e audio/visual. Para Hagiwara (1998) esta é uma técnica eficaz para se repassar os valores nipônicos aos outros povos, promovendo maior ampliação da influência da mídia japonesa.

Desde as produções de *Nausicäa* e de *Akira*, o Estúdio Ghibli tem sido a ponte de ligação entre os *movies* e o ocidente. Suas produções são as que têm mais aceitação em salas de exibição na Europa e América. Afora estes, o estúdio de Miyazaki produziu *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (“A Viagem de Chihiro” que ganhou um prêmio Oscar em 2002) e os mais atuais: *Hauru no Ugoku Shiro*, (“O Castelo Animado”, 2004) que também foi uma obra bastante auspiciosa além de *Steam Boy* (no ano de 2005) aclamado em Cannes.

Desta maneira tem-se a impressão que os animes se alastraram pelos vários mercados consumistas estrangeiros de forma mais rápida do que os mangás (Hagiwara, 1998). Brás (2006) diz que cerca de 60% de todos desenhos animados exibidos mundialmente são animes ou possuem tal estilo de produção.

Com a proliferação dos meios de comunicação e refinamento de sua tecnologia, além de abertura de mercados, os mangás puderam ser comercializados seguindo a trilha dos animes, e atualmente podem ser retirados da internet, juntamente com outras obras menos conhecidas ou experimentais.

Os mangás começaram a chegar nos Estados Unidos por volta da década de 1930, porém, com o início das hostilidades no decênio seguinte, somente nos anos 1970 eles voltaram a ser comercializados. Em 1987, com o acordo entre a gigante editorial First Comics (norte-americana) e a mediana Futabasha (japonesa), a estória *Kosure Okami* (“Lobo Solitário”) expandiu a área de consumo de mangás.

Tal setor já havia sido razoavelmente aberto com os animes *Astro Boy*, *Speed Racer* e *Uchû Senkan Yamato*. Assim se deu a possibilidade de que o resto do

continente americano absorvesse estas obras artísticas, com o mesmo, praticamente, se dando na Europa, por causa do anime *Heidi* e do mangá *Candy Candy*, ambas estórias com personagens principais femininas.

Outra vertente que se destacou na mídia da cultura popular japonesa foi a trilha sonora de animes, também conhecida por “anison” ou “animesong” (ver em Aragão & Coelho Junior, 2006) que seria a conjunção das palavras “anime” (desenho animado) e “song” (canção), ficando “canção de desenho animado” ou “música de desenho animado”. Atualmente uma grande parte dos lucros de empresas como a Sony Music é derivado deste tipo de mídia no Japão e países periféricos, juntamente com os animes (ver em von Feilitzen & Bucht, 2002).

No caso das *animesongs*, elas derivam da música clássica japonesa, a *Gagaku*. Este estilo era composto e tocado somente na corte imperial a partir do Período Hakuho, com grande influência chinesa. Isso decorre do fato de os primeiros musicistas terem vindo daquele país para o Japão (Candé, 1994).

Dessa música derivaram três segmentos: a *Kagura* (música que se originou do culto xintoísta com elementos folclóricos), o *Shōmyō* (música que serve para acompanhar o rito budista), e o *Enka* (música popular com fortes conteúdos românticos e de drama). Mais propriamente deste último é que se formou a moderna música popular japonesa, também conhecida como “J-Pop” (*Japan Popular Music*).

O J-Pop é o estilo popular de música japonesa que atualmente abarca todos os tipos de melodias, desde o *rock and roll* (J-Rock), passando pelo *Enka*, até as músicas mais modernas de discoteca produzidas por eles e que tenham relativa influência estrangeira.

A partir do primeiro “animeboom” e com a popularização da trilha sonora do anime *Mazinger Z* as *animesongs* se consolidaram como uma espécie de gênero singular: música de desenho animado cantada com refrão em inglês e com conteúdos basicamente folclóricos e românticos.

O principal cantor das *animesongs* deste último anime citado é Mizuki Ichiro que passou a ter sua imagem vinculada à disseminação delas e, desta maneira, este artista acabou por empenhar-se em divulgar e popularizar estas composições musicais. Nos anos 1980 e com a consolidação tanto dos animes quanto dos mangás ocorrendo no ocidente, alguns cantores/dubladores se revezaram no gosto da mídia (Nagado, 2005).

Dos mais famosos, três deles parecem ser mais tradicionais: Kageyama Hironobu que canta a trilha sonora de *Dragon Ball* e *Dragon Ball Z*, por exemplo;

Kushida Akira que ficou mais famoso por cantar as trilhas sonoras de séries televisivas como *Jáspion*, e Hayashibara Megumi que canta as trilhas sonoras de *Love Hina*, *Shaman King* e *Slayers*. Algumas bandas de jovens cantores também despontam a cada temporada como, por exemplo: “*Da Pump*”, “*Morning Musume*”, “*KAT-TUN*” entre outras (ver também em Nagado, 2005).

Interessante notar que não somente os cantores, mas também os dubladores, ganharam fama e prestígio junto ao público até mesmo porque no Japão, é muito comum dubladores cantarem e cantores dublarem personagens. Além disso, nos dias de hoje, da mesma maneira que muitos animes são encomendados para serem produzidos em estúdios localizados na Coreia do Sul, Filipinas e Taiwan, muitos cantores destes mesmos países vão ao Japão tentar a sorte em suas carreiras, na área da *animesong*/J-Pop (Shim, 2006).

Com a chegada da internet, é muito fácil a sintonização de rádios virtuais que através de alguns programas permitem que se ouçam diversos tipos de música aí inclusas as *animesongs*. Afora esta possibilidade existem outros instrumentos de mídia que podem vir acoplados aos microcomputadores, como o *Winamp* e o *Windows Média Player*. Podem ainda ser adquiridas de várias formas com tecnologias que servem para se absorver e compartilhar estas melodias, como por exemplo, o *mp3* e o *Napster*, além do *KAZAA* entre tantos outros.

A expansão deste estilo musical talvez seja um dos mais altos graus de propagação que a cultura popular japonesa venha alcançando nos últimos anos. A diferença de formato não é um empecilho. Por exemplo, Balkwill, Thompson e Matsunaga (2004) perceberam que o afloramento das emoções por ouvintes japoneses de música *country* e *hindustani* era possível. Para Shim (2006) esta expansão serve de estímulo para que outros países também desenvolvam sua cultura popular, o que ocasiona um incremento no mercado musical e uma mescla entre os diversos estilos.

Em outra pesquisa, Bueno e Macedo (2004) também identificaram que mesmo com músicas de outras culturas, as crianças brasileiras expressavam suas emoções através de esquemas faciais. Este fato apenas ajuda a discutir o quanto a *mass culture* tende à homogeneização maciça em ambientes tão diversos.

Este movimento de assimilação pode provocar um efeito de identificação que produz um espaço próprio para aqueles que gostam de um tipo específico de música. No caso das *animesongs*, este ambiente também pode ser o dos eventos. Para cada tipo de

estilo musical, as pessoas vão constituindo limites físicos que segundo Ruud (1995) e Hall (2002) ajudam a construir e fortalecer a identidade social de determinados grupos.

Geralmente na exibição dos *cosplayers*, há também um fundo musical que acompanha a performance e que denuncia a função da personagem na estória. É um apoio não somente na interpretação, mas também para que o público associe ao desempenho deles. Como alguns autores comentam (Ali & Peynircioglu, 2006; Hall, 2002; Parkinson, 1997) as melodias estão intimamente relacionadas ao surgimento de emoções e identificação à pessoas e grupos. Neste sentido, as *animesongs* também servem como item passível de ser considerado como caminho para a explicação da identidade social deste grupo.

Outra fonte de diversão alternativa que provém da mídia japonesa, da sua cultura popular, são os *games*. Geralmente os jogos são originados das personagens de animes (Jones, 2004). Alguns autores (Jones, 2004; Kodaira, 1999; Ng, 2006; von Feilitzen & Bucht, 2002) vêm estudando os efeitos da violência na mídia e dentre os vetores que podem criá-la estão os *videogames*.

No entanto, os jogos eletrônicos, certames no formato de consoles para serem utilizados conectados aos aparelhos de televisão ou computador, foram criados por volta do ano de 1973 e logo se popularizaram nos Estados Unidos, sendo posteriormente comercializados para Europa e Ásia.

No início da década de 1980 os japoneses tornaram-se os maiores fabricantes de *games*, assim como de videocassetes (Briggs & Burke, 2004), e as suas empresas, em especial a Sony e subsidiárias passaram a manufaturar os aparelhos e em seguida os programas que atualmente dominam o mercado (von Feilitzen & Bucht, 2002).

Para Jones (2004) o que prende a atenção de crianças e adolescentes aos jogos é o conjunto de fantasias que é estimulado por eles. Em seu estudo, von Feilitzen e Bucht (2002) descobriram que os jovens gastam em média duas horas e meia por semana se divertindo com estes jogos e esta média tende a aumentar para mais três vezes este período de tempo.

Talvez exista uma tendência cultural para uma substituição, no futuro, dos aparelhos de televisão pelos computadores e seus jogos portáteis com acesso à internet onde várias pessoas podem jogar ao mesmo tempo formando equipes. Tanto Ng (2006) quanto Jones (2004, p. 99) entendem que a predileção pela fabricação e consumismo de *games* pelos japoneses se caracteriza porque:

“A cultura japonesa dá ênfase aos papéis tradicionais em um grau muito mais elevado do que a cultura contemporânea americana. Ao mesmo tempo, os japoneses mostram-se bem menos preocupados com as implicações sociais e ideológicas do entretenimento infantil. (...) Talvez o fato de viverem em uma área tão pequena, tão próximos um dos outros, sujeitos à regras sociais tão rígidas, tenha ensinado aos japoneses o valor da vida interior”.

Os povos do oriente são em geral mais coletivistas que os ocidentais. Os orientais socializam seus filhos de modo à respeitar a coesão grupal. Isto revela que eles possuem o *self* ligado e dependente do contexto social. Por outro lado, os europeus e os habitantes dos Estados Unidos são mais independentes à resposta supostamente padronizada ao ambiente. Em termos práticos, por exemplo, os japoneses podem ser considerados como sendo muito leais e cooperativos (Kunda, 2000).

Porém não se pode deixar de considerar a idéia de que estes produtos são comercializados em todos os continentes sob a égide do consumismo exacerbado, não sendo, portanto, um item cultural exclusivamente dos orientais. Os norte-americanos, hoje, manifestam certa precaução contra os *games* por causa dos tiroteios nas escolas que vêm ocorrendo desde meados dos anos 1990 e que podem ter alguma ligação com este modelo de lazer (ver Jones, 2004).

No Brasil, como visto anteriormente, talvez haja maior proximidade de relações culturais, mesmo sendo nítida a diferença entre ocidente e oriente. O primeiro dicionário de idioma japonês referente a uma língua estrangeira foi justamente “japonês-português” por volta do final do século XVI (Yoshii, 2005).

A seguir, já com a vinda dos imigrantes japoneses a partir do ano de 1908 ao Brasil, pode-se aventar a hipótese de que alguns mangás tenham sido trazidos, e que, este tipo de produção tenha sido comercializada ou circulado entre eles. Por volta dos anos 1950-1960, chegaram ao país, mangás trazidos por imigrantes japoneses, principalmente após a derrocada do regime imperial-militarista na Segunda Guerra Mundial.

Isto também se deu com a abertura de uma espécie de mercado de revistas para abastecer os *nisseis* que viviam em sua maioria no estado de São Paulo, e ao mesmo tempo dar uma contribuição econômica aos que haviam ficado na destruída “Terra do Sol Nascente”. Não há precisão no que se relata dos títulos destas estórias, pois que ainda os mangás estavam limitados à colônia japonesa no Brasil (Nagado, 2005).

Em torno dos anos 1970, impulsionado pelas primeiras exposições de animes, os mangás passaram a ser mais conhecidos. Porém o mercado não estava propício para sua comercialização. Nagado (2005, p. 62) comprova que um “exemplo disso foi a editora Edrel, que nas décadas de 1960 e 1970 lançou diversas revistas de mangá nacionais, que obtiveram bastante sucesso. Como essa editora era pequena e não tinha estrutura para crescer mais e nenhuma outra se interessou em mangá, nem brasileira nem japonesa, ficamos sem o mangá nacional”. Foi uma tímida tentativa de alguns desenhistas nacionais ampliarem esta arte, mas como os *comics* ainda predominavam no mercado, isto não foi possível. Tendo as mídias norte-americanas merecido grande aceitação do público, pela própria referência ocidental que lhe é peculiar, o mercado dos desenhos animados também foi ocupado por eles.

Foi nos anos de 1980 que surgiram os primeiros mangás no mercado de literatura brasileiro, sendo que aqueles que caíram no gosto do ainda limitado público nacional foram os títulos: *Lobo Solitário*, *Drácula* e *Akira*. Sobre este último produto citado anteriormente, diz Franco (2004) que foi um dos mangás que mais obteve sucesso, resultando em um longa-metragem animado que também se tornou *cult* tendo passado por processo de remasterização para relançamento no mercado norte-americano e europeu. Isto comprova o legado de cultura de massas deste tipo de mídia, isto é, que eles vão se perpetuando em um patamar mais elevado alçado pelo próprio público (Yanaze, 2002).

Depois dessas publicações alavancadas pela própria mídia impressa, aos poucos essa forma de produção foi desenvolvendo-se, principalmente no gosto dos leitores juvenis. A década de 1990 foi marcante, com tais publicações conquistando um espaço na concorrência com os outros tipos de mídia e conseguindo parte dos lucros (Barral, 2000; Coelho Junior, 2005). O que se pensa é que em breve tal mercado expanda-se ainda mais na América Latina.

No Brasil, o primeiro mangá nacional que fez sucesso e garantiu seu espaço para uma reedição foi *Holy Avenger* (Editora Talismã), editado entre os anos de 2000 e 2003. Pode-se classificar este produto como do tipo de histórias medievais, tendo havido grandes dificuldades iniciais para a sua publicação (Awano, 2005).

Holy Avenger foi uma produção impressa que seguiu rigorosamente o estilo japonês, inclusive a disposição dos traços não-orientais das personagens. Existe uma razoável possibilidade de surgir uma versão animada deste mangá. Atualmente há vários desenhistas que financiam suas próprias obras, como é o caso de L. P. Bergantini que

criou *Cristal Sides* (2006) com recursos próprios. Atualmente, no Brasil, cerca de 15% do mercado editorial corresponde às revistas em quadrinhos (Carvalho Junior, 2002) e os mangás participam de forma comedida desta fatia.

No Brasil, a produção japonesa começa a se fortalecer com o aparecimento de alguns poucos animes nos anos de 1960 para que 30 anos depois o mercado de mídia impressa ajuste-se ao seu correlato: os mangás. É importante entender que a televisão japonesa passa neste período por uma grande expansão, retransmitindo sua cultura por meio destes desenhos e outras produções (Hagiwara, 1998).

Os animes chegam ao país, uma década depois das primeiras emissoras aparecerem, fazendo pouco sucesso. Talvez o primeiro título reconhecido seja *O Oitavo Homem*, exibido pela Rede Globo de Televisão, no ano de sua fundação.

Nos anos de 1970, os títulos aumentam: *Speed Racer*, *Kimba*, *O Leão Branco*, *Super Dínamo* e *A Princesa e o Cavaleiro* (respectivamente: TV Tupi, TV Cultura/TV Record, TV Tupi/TV Record e TV Tupi/TV Record) e esses foram animes que sedimentaram o espaço deste gênero no mercado televisivo.

Nos anos de 1980, já com certa diversificação de títulos, os mais exibidos e apreciados foram: *Doraemon*, *Zilion* e *Patrulha Estelar* (respectivamente: TV Manchete, TV Globo/TV Gazeta, TV Manchete) (Moliné, 2004). Nos anos de 1990, o mercado de consumo destes títulos de televisão sedimentou-se de vez devido ao fato da abertura dos meios de comunicações ao advento das chamadas “TVs por cabo”, correspondendo ao que ocorreu aos mangás e provavelmente influenciando tal fato, por ser notadamente uma espécie de mídia “mais forte” (Andrade, 2003; Strasburger, 1999).

Nesta década os títulos mais consumidos foram: *Sailor Moon*, *Guerreiras Mágicas de Rayearth*, *Yu Yu Hakushô*, *Dragon Ball*, *Cavaleiros do Zodíaco* e *Néon Gênesis Evangelion* (respectivamente: TV Manchete/TV Record, SBT, TV Manchete/ Cartoon Network, SBT/TV Globo, TV Manchete/TV Bandeirantes e Canal Locomotion) (Moliné, 2004).

O início do século XXI apenas traz mais animes que seguem o rastro dos anteriores perfazendo um ramo lucrativo de comércio: *Pokémon*, *Card Captors Sakura*, *El Hazard*, *Dragon Ball Z*, *Dragon Ball GT*, *Inu Yasha*, *Bey Blade* e *Kaleido Star* (respectivamente: TV Record/ Cartoon Network, TV Globo/ Cartoon Network/Boomerang, TV Bandeirantes, TV Bandeirantes/TV Globo, TV Globo, TV Globo/ Cartoon Network, TV Globo/ Jetix e Cartoon Network/Boomerang) (Moliné, 2004). O que se vê também é, na verdade, as principais cadeias de televisão do Brasil

utilizando esse tipo de produção como uma grande forma de obtenção de lucro financeiro, dividindo espaço com o tradicional formato de *comic*.

Estes lucros financeiros da indústria de mídia japonesa derivam de um conjunto de aspectos técnicos inerentes às artes gráficas e eletrônicas que permitem que o consumidor se apegue e identifique-se com estas produções que, por sua vez, não pertencem, originalmente, a sua cultura. Esta “universalização” é própria da linguagem de cultura de massa, embora muitos temas sejam comuns somente à nacionalidade japonesa.

Identificar e investigar o adolescente e jovens adultos que produzem seus *cosplays* como um preparado da cultura popular japonesa inserido no meio social brasileiro, torna-se um desafio na amostra desta pesquisa. Quais são as relações entre a cultura de massa e o fenômeno em si, bem como a possibilidade de criação de uma nova estética e da condição da formação imaginária acerca das personagens no seu processo de desenvolvimento psicofisiológico são questões importantes para serem colocadas neste trabalho.

2.2- *Os Otakus e a Estética Cosplayer*

O desenvolvimento humano deve ser entendido como algo que é integrado não somente à condição maturacional e ao estágio cognitivo em que a pessoa se encontra, mas também, ao que a cultura dela exige em diferentes fases etárias. Por outro lado, deve-se entender ainda que as pessoas estão envolvidas em um processo evolutivo contínuo, estando em interação constante com os outros pares do meio social em que vivem (Dessen & Guedea, 2005; Pais, 1996).

Conforme Dessen e Guedea (2005), da psicologia evolutiva passando pelas psicologias da infância e da criança/adolescente chega-se às Ciências do Desenvolvimento Humano. Este conjunto de técnicas científicas tem como objetivo principal explicar as origens de processos evolutivos biológicos inseridos em dimensões temporais-espaciais distintas, enfatizando a diversidade psicossocial do meio em que o indivíduo habita. No entanto, é importante notar que como Bruner (1997, p. 116) afirma, que:

“Não há nenhuma ‘explicação’ do homem, seja biológica ou outra qualquer. No final, mesmo as explicações mais

fortemente causais da condição humana não podem produzir significados plausíveis sem serem interpretadas à luz do mundo simbólico que constitui a cultura humana”.

As pesquisas sobre jovens (crianças, adolescentes e jovens adultos) não são recentes. Tanto a infância quanto principalmente a faixa etária da adolescência são focos de estudos desde a segunda metade do século XIX. Na psicologia, talvez Stanley Hall tenha sido o primeiro teórico que deu importância a conjecturar explicações sobre esse período da vida humana (Menandro, 2004).

Com o passar do tempo, com ajuda da ciência, logo se viu que tais figurações vão se moldando às práticas dentro dos grupos. Por um bom período, sempre se viu a infância e adolescência como momentos específicos e cindidos. No primeiro, o sujeito deve ser cuidado, pois não tem condições ele próprio de cuidar de si. Na segunda fase, o jovem deve ser vigiado por estar passando por um período turbulento. Nos dizeres de Diógenes, o adolescente pode ser caracterizado da seguinte maneira (2003, p. 62):

“È por meio dos jogos, das festas e do esporte que a juventude tem se projetado como vitrine da vida social. Através de seus corpos, marcas, atitudes, emblemas referentes a um estilo moderno tomam forma, cor e movimento. É no corpo dos jovens que os códigos relativos a uma estética, um jeito de ser, um *style* são fincados, acionados e ganham expressão pública”.

Já Melucci (1997) segue a idéia referente à transtemporalidade ao indicar que o *continuum* espaço-temporal permite o indivíduo situar-se como alguém a ser nomeado pelos seus pares. Esta nomeação é permeada de atributos que são inseridos pelos contrastes sociais comuns aos diversos grupos existentes em todas sociedades.

A referência do que é ser algo no meio social é proveniente da cultura, como, por exemplo, o sistema que determina se o sujeito é criança ou adolescente. O conjunto cultural, sob a forma das várias socializações que as pessoas sofrem no decorrer da vida, também cria as representações no imaginário dos grupos acerca de como seus membros se comportam ao perpassarem por determinada faixa etária.

O tempo compartimentalizado propicia uma determinada disponibilidade de criação simbólica. Isto se dá porque quando se delimita a ordem temporal, algo que é particularmente humano, os seres viventes em sociedade têm condição de orientar-se e

constituir metas e objetivos para serem alcançados. Por exemplo, o termo aplicado ao conceito de adolescência em Melucci (1997, p. 9) se define da seguinte maneira:

“A adolescência é a idade em que a orientação para o futuro prevalece e o futuro é percebido como apresentando um maior número de possibilidades. Uma perspectiva temporal aberta corresponde a uma forte orientação para a auto-realização, resistência contra qualquer determinação externa dos projetos de vida e desejo de uma certa variabilidade e reversibilidade de escolha”.

Interessante notar que Menandro (2004) indica que a palavra “adolescente” vem do idioma latim, assim como a palavra “adulto”. A primeira determina e traz o sentido de algo que está incompleto, já o segundo termo origina-se de um verbo que designa que algo está completo, encerrado. Isto é, até mesmo nas palavras, expressa-se o tempo das coisas como foi definido tal qual o é na vida humana.

Apesar disto, adolescência não é o objeto base da pesquisa. Embora cerca de metade da população do planeta esteja alcançando os 30 anos (Arnaldo & Finnström, 1999), os *cosplayers*, fenômeno aqui estudado, não necessariamente são pertencentes a este período da vida.

A proposta de pesquisa que está detalhada a partir desse ponto. Tem como foco o fenômeno psicossocial dos *cosplayers* que se apóia em uma modalidade de comunicação de massa desenvolvida na cultura popular japonesa. Esta é representada na atualidade pela tríade formada pelos mangás (revistas em quadrinhos) os animes (desenhos animados) e as *animesongs* (trilhas sonoras de desenhos animados). Afora estes, há os *games* que não são um objeto de estudo neste trabalho.

Estudar esses produtos pode ser interessante considerando a expansão que eles produziram no *show business* não somente no oriente, mas como também no ocidente. Conforme von Feilitzen e Bucht (2002) indicam até o ano de 2001, a empresa Sony, era o sétimo maior conglomerado mundial ligado ao entretenimento. Além disto, é a mais poderosa organização oriental deste tipo.

Justamente como consequência desta movimentação no universo subjetivo da vida social, com a criação quase infinita de construções e reconstruções de conjunturas que frutificam em novas nuances de *habitus* (Berger & Luckmann, 1966/2004), é que se verifica a inovadora arte *otaku*. Segundo Barral (2000) o que é designado como *otaku*

nada mais é do que fazer parte da nova sociedade humana que vai se apoiando na tecnologia do virtual (*homo virtuens*), sendo assim:

“Em japonês, o termo otaku possui dois significados primordiais, que já existiam na língua antes do aparecimento do fenômeno em si. O primeiro corresponde à leitura de um dos caracteres japoneses utilizados para designar a habitação, o lugar onde se vive. O segundo significado da palavra é uma extensão do primeiro sentido: é um tratamento impessoal de distanciamento que os japoneses utilizam quando precisam dirigir-se a alguém sem, contudo, desejar aprofundar a relação travada (...) os otakus têm aversão a aprofundar as relações pessoais, e preferem ficar fechados em casa” (Barral, 2000, p. 25).

À título de conhecimento, a palavra que designa o relativo ao gênero feminino de *otaku* é *Otome*, embora haja uma quantidade quase equivalente entre pessoas de ambos os sexos, genericamente a primeira forma é a mais comum para ambos. O fenômeno psicossocial dos *otakus/otomes* no Japão é condizente com a rebeldia, em geral, encetada pelos jovens, que ocorre como um choque com o que se tem de mais tradicional na cultura desse povo que é justamente o sentido de grupo.

Pela própria constituição histórica da nação japonesa, a coletividade necessitou muito cedo do mecanismo de coesão grupal. Assim construíram desde há muito tempo a noção de pátria independente, ao que isso proporcionou também a preponderância quase total do grupo sobre o indivíduo.

Isto em uma sociedade dita fechada, onde não se permite que o “Outro”, estrangeiro, tenha uma participação social mais efetiva, há um controle de conduta rígido (Benedict, 1946/2002). Levando-se em conta o que informa Mancebo (2002), o psiquismo humano tende cada vez mais a uma individualização, e isto entra em desacordo com o que é preconizado pela sociedade nipônica, na qual o sentido de grupo deve prevalecer (Kunda, 2000).

Em termos culturais, segundo Benedict (1946/2002) existem diferenças entre eles e os ocidentais tal como a busca pela autonomia, tão comum aos padrões do ocidente. Para os japoneses isto é dificultado, pois o grupo social pressiona o indivíduo a frequentemente se manter identificado a ele (Kunda, 2000). Se esta identificação é quebrada, surge um profundo sentimento de vergonha, em oposição ao subsequente

sentimento de culpa cristão que permeia a vida em sociedade das coletividades ocidentais.

Tal sentimento seria um impedimento para evitar a separação das pessoas de seu grupo de origem, mantendo assim a coesão dos membros. Sendo *otaku/otome*, o indivíduo se aparta do seu grupo, o que sem dúvidas produz um antagonismo social. O processo de modernização crescente intima que o sujeito possua seu bem-estar quando se mantém a sós com sua maquinaria moderna: os aparelhos de televisão, microcomputadores, aparelhos de DVD, etc., ao invés de estar compartilhando dos interesses do grupo.

Sendo contínuas as produções das novidades tecnológicas das quais os *otakus/otomes* se fazem donos e donas, isto é o que permite o afastamento dos membros do grupo, e a quebra da união. Contraditoriamente, este fenômeno é originado da cultura oriental.

Em alguns escritos (Barral, 2000; Mancebo, 2002), encontra-se dito que a modernização torna-se tão influente ao ser humano, que este se serve do processo sem perceber ao certo que pode estar perdendo suas raízes, sua identidade, seu folclore.

Tal curso pode bem ser o produto da modernidade que está abrindo espaço e se inserindo no cotidiano, como algo ainda estranho e pouco adequado. Evidentemente que as reações sociais podem e devem ocorrer. Porém, no caso da sociedade japonesa, os *otakus/otomes* acabam por serem discriminados, mesmo tendo se tornado um grupo social com certo poderio financeiro.

Esse gradual distanciamento vem explicado a afirmação de alguns autores de que o valor das mercadorias substitui o valor do homem. É então que o gênero humano se “coisifica”, torna-se algo sem qualidade, pois que o mais importante é o lucro financeiro (Campos & Jobim e Souza, 2003; Mancebo, 2002).

Conforme as autoras acima citadas, esta interferência pode começar a ocorrer desde a infância. Isto se dá por que as crianças concedem uma certa relevância a estas tecnologias e algumas vezes o tempo gasto com elas é mais extenso do que aquele dedicado ao contato com os pais. Neste contexto, se estabelecem modificações, já perceptíveis, no conceito de infância.

As possibilidades de alterações no psiquismo advindas da massificação da tecnologia e das informações imediatamente disponíveis são tão grandes que demarcações da adolescência parecem estar deixando de existir, dando lugar a uma vida adolescente mais prolongada e a uma banalização da noção de ser juvenil.

Para Barral (2000), ser *otaku/otome* significa estar paralisado nesta faixa etária entre a adolescência e o início da vida adulta, em que as responsabilidades sociais são freadas pela barreira do tecnológico. O conhecimento sobre a tecnologia propicia uma comunicação singular entre as pessoas, mas que proporciona um distanciamento dos outros grupos.

No caso dos *cosplayers*, a mídia incide diretamente nos corpos deles. Poder-se-ia dizer que é uma influência direta. No entanto, é uma assertiva pouco razoável pensar que somente por causa dos programas televisivos e outros *media*, as pessoas adiram a este estilo de vida.

Uma discussão poderia ser fomentada sobre o sentimento de nostalgia acerca dos tempos que se foram e dos programas de televisão, rádio e das estórias em quadrinhos, por exemplo. Este montante de produções da mídia, atualmente está sempre retornando. Outro exemplo, é o da moda dos anos 1970, que refez sua estréia chamando a atenção dos jovens na virada do século XXI (Pickering & Keightley, 2006). Também nesse continuo retorno o corpo sofre o encontro de dois ou mais tempos diferentes, o que segundo Santaella (2004) poderia indicar a sintomatização compulsória de um mal-estar no meio social.

Quando uma moda retorna, ela traz consigo toda uma gama de símbolos e signos. Sua volta pode indicar que algo não foi totalmente diluído, digerido, pelos grupos sociais. O sentimento nostálgico e a idéia de uma temporalidade em forma de *continuum* de certa maneira podem explicar a produção *cosplay* como algo derivado da mídia.

A nostalgia não necessariamente denota depressão (Pickering & Keightley, 2006), mas pode significar a dificuldade de se desapegar de um objeto ou hábito ou mesmo como um estilo de vida. A falta de opções impostas aos jovens na sociedade industrial pode ser um motivo para se buscar estes novos hábitos (Elias, 1994).

A mídia também pode ajudar na nova formatação dos fenômenos sociais. Menandro (2004) diz que de certa maneira, os mais velhos muitas vezes tentam depreciar os jovens e isto pode criar atritos entre gerações fortalecendo uma resolução em que tenha peso o fortalecimento dos conteúdos imaginários sobre os da realidade.

Talvez este tipo de sensação surja na medida em que não haja grandes expectativas para um futuro melhor. O investimento afetivo em objetos midiáticos encobre a falta de um projeto de vida para os dias vindouros. Assim surgem os sintomas que podem ser considerados atípicos na juventude (Santaella, 2004).

No entanto, nos eventos de *otakus/otomes*, a faixa etária é extremamente diversificada. Isso produz um novo estilo de comunicação, derivada da cultura de massas. O aspecto psicológico aí evidente se expressa pela individualização também massificada, na qual é comum as pessoas terem pouco acesso aos outros.

Desta feita, cada um se torna estrangeiro dentro do próprio grupo. A relação entre ser *otaku/otome* e produzir *cosplays* passa a ficar um pouco mais próxima. Os eventos servem para que os *otakus* possam se aproximar uns dos outros tendo como motivo a cultura pop japonesa.

Por outro lado, *cosplayers/otakus* estão tão inteirados com as inovações tecnológicas quanto sobre as novidades da arte da animação. Quando se põem a celebrar tamanho conhecimento, criam seu próprio estilo artístico. Suas convenções servem também para que o acúmulo de informações seja renovado, e neste momento, as fronteiras entre as pessoas se tornam mais diminutas e flexíveis.

A produção deste fenômeno a partir dos *otakus/otomes* é algo que já ocorre no Brasil desde os meados da década de 1990. A cada ano eventos que os reúnem e os promovem se tornam mais numerosos. De maneira geral, São Paulo é o local central dos principais eventos do país - *Animecon* e *Animefriends* - que juntos, por ano, capitalizam aproximadamente 15 mil pessoas.

Os *cosplayers* ou simpatizantes destes que se travestem como personagens de mangás e animes não são somente jovens. São também adultos, pois o que importa é a simpatia pela mídia pop que origina estes conteúdos. Embora haja muitos eventos, principalmente em Tóquio, Moliné (2004) diz que este tipo de movimento começou em 1973 quando da crise do petróleo que abalou profundamente o país. Kawamura (2006) indica que outros pontos de encontro dos *cosplayers/otakus/otomes* são as ruas dos bairros de Harajuku e Shibuya, ambos na capital.

Em 1975 surgiu o primeiro *Comiket* (“Comic Market”), onde os mangakás que estavam se profissionalizando puderam exibir seus trabalhos, embora, a grave conjuntura econômica da época não permitisse maiores possibilidades. Este evento, que continua ainda nos dias de hoje como o maior do Japão, chegou a alcançar aproximadamente 400.000 visitantes e 35.000 candidatos à desenhistas, no ano de 2000.

O certo é que ao menos por lá a moda/arte *cosplay* transcendeu os eventos, sendo muito comum que os *cosplayers* tenham mais liberdade em exibir suas vestimentas. Kawamura (2006) afirma que a “moda de rua”, com seu estilo, ali surgiu e se espalhou pelos países vizinhos há aproximadamente uma década.

Niu e Sternberg (2001) indicam que a maneira de se desenvolver a criatividade para as artes deriva não somente de um aspecto de maior desenvolvimento socioeconômico mas também pelo fato de que uma sociedade mais independente e rígida estaria menos solícita a ser influenciada por outras.

Seguindo tal pensamento, pode-se crer que a sociedade japonesa atende a ambos os requisitos. Além de propiciar alto padrão de vida, os fatores históricos analisados no tópico anterior, ainda neste capítulo, indicam que existe coesão grupal muito forte, promovendo ideais patriotas condensados.

A produção da moda *cosplayer* baseada quase que inteiramente em personagens dos mangás/animes seria um indício desta autonomia. Ou seja, o surgimento de uma estética angariada do esforço deles em se identificarem como um grupo. Isto, por sua vez, fortaleceu ainda mais a produção das obras deste tipo de mídia. Como Barral (2000) afirmou, os *otakus/otomes* já são um contingente de fãs exigentes que não hesitam em investir financeiramente nestas produções, caracterizando-se por ser um público fiel.

Conforme Eagleton (1993), existem os mais diversos conceitos sobre estética, haja vista a grande quantidade de teorias a este respeito. No entanto ele diz que a construção do que seja estético no período moderno é praticamente inerente às formações ideológicas dominantes na sociedade atual. Ou seja, é um tipo de conceituação histórica, e, portanto, segue as alterações no meio científico e social.

Deve-se considerar a estética como parte da ciência bastante proveitosa para este estudo, pois ela tem evidente importância para a pesquisa sobre *cosplayers*, das vestimentas e das condições de uso do corpo como veículo para se comunicar e exibir as condições estéticas de aparência das personagens escolhidas.

Ao estudar este termo, Eagleton (1993) percebe que esta é uma expressão da subjetividade alheia. Seria um ponto fulcral do desejo capitalista de faturar alto sobre as potencialidades humanas tal como investidas nas pessoas. O detalhe que pode comprovar isto, segundo ele, é a importância do corpo nas relações entre os indivíduos. A lei do “corpo bom” subscreve os ideais financeiros, escamoteando-se sob uma pretensa universalização.

Pode-se inclusive afirmar que os valores sociais vão sendo gradualmente alterados tendo como base esta premissa de se considerar como tendo mais préstimo o que é palpável e não essencial. O corpóreo, por ser material, afirma-se por si mesmo,

fala de si. Já aquilo que constitui a natureza das interações sociais, isto é, o sentido etéreo das relações pessoais, é soterrado.

O corpo passa a ser essencial para mobilização do desejo de manter a figuração o mais fiel possível. Como Dufrenne (2004) expressa, a estética não serve apenas como o estudo do que é belo, mas também como capacidade de tornar algo que não é essencialmente bonito em objeto a ser lisonjeado. O corpo humano é a matéria que permite uma modelação estética de alto nível, geralmente viabilizado pela moda (Santaella, 2004). Em foco, de maneira mais evidente, está o físico do jovem (Garcia, 2005).

A moda segue os mesmos desígnios do espetáculo, sob a ótica de Debórd (2004). Os costumes foram construídos à medida em que as práticas sociais foram se enraizando e se tornando importantes para os grupos sociais. No entanto, com o passar do tempo, os hábitos tiveram diversas alterações principalmente por causa da instituição capitalista. A moda em si é transformada em subproduto estético volátil:

“Materialmente, como existente no espaço e no tempo, a moda é resultado explícito do capitalismo, do qual ela extrai sua condição de possibilidade. Não há moda em um mundo em que as coisas duram, permanecem estáveis, envoltas na aura sagrada de um tempo que parece não passar. O capitalismo só pode se preservar na mesma medida da aceleração e volubilidade de sua produção. (...) Entretanto, ao mesmo tempo em que é produto do capitalismo, a moda também funciona como índice, e até mesmo como sintoma, de suas diferentes faces históricas” (Santaella, 2004, p. 115).

O capital agiliza de forma substancial as relações sociais e econômicas entre as pessoas. Porém, este dinamismo chega a um nível exarcebado quando não permite que haja aproveitamento prazeroso dos objetos apresentados como algo a ser usufruído, isso segundo a autora é um sintoma do mal-estar social.

No mundo do capital quase tudo é passível de ser consumido e quanto mais rápido melhor. A rapidez e a pouca durabilidade das sensações envolvidas nos tratos com as outras pessoas, por exemplo, também são evidências desta característica predominante no capitalismo.

O ponto crucial estético, segundo Dufrenne (2004), é apenas atender à demanda temporária do que se determina como subjacente ao valor estético. Muitas vezes o que

está implícito como valoração estética é alcançado pelo público como algo fora de série e genial, ao invés de ser percebido como produção engendrada por critérios capitalistas (Martins, 2004).

Em outras palavras, a estética serve também para subverter valores e escamotear os verdadeiros significados transmitidos nas mais variadas formas de comunicação. Isto se dá por que a estética também é preenchida por ideologias, conforme Goldenberg (2005).

Esta autora traz um conceito invertido de que é o corpo que está na moda. As vestimentas nestes casos, são apenas uns acessórios para a valorização deste receptáculo do vestuário (Goldenberg, 2005). No entanto, a própria matéria fisiológica investida de simbolismos é também instrumento de significação para os outros.

O corpo pode então ser considerado um valor estético em si (Goldenberg, 2005; Queiroz & Otta, 2000). Lopes (2004) afirma que tal supremacia se dá pelo sentido de reverência ao meio midiático. Isto significa dizer que o ambiente virtual se tornou tão impregnado de necessidades e desejos que ele quase passou a mediar as relações no mundo real. O virtualismo também significa dinamismo, onde tudo acontece de maneira muito rápida, assim, os corpos também têm que se adaptar velozmente às mudanças no meio social (Garcia, 2005).

A ideação fantasiosa sobre a realidade prevalece acima do próprio contexto. As pessoas buscam perceber as celebridades das mídias, não como pessoas comuns que elas são e sim como construções, representações de “semi-divindades” que são reforçadas com as programações ditas culturais. Essas ideações são virtualmente construídas em cima do que pode ser paupável em termos estéticos, assim como descrevem Queiroz e Otta (2000, p. 21):

“(…) um corpo intocado constitui um mero objeto natural, e, como tal, associado à animalidade. Assim, parece imperioso alterá-lo, segundo padrões culturalmente estabelecidos, para a afirmação de uma identidade grupal específica. Em outras palavras, o corpo humano é submetido a um processo de humanização, e a sua experiência é sempre modificada pela cultura. Marcas deixadas por escarificações, perfurações, tatuagens e mesmo algumas mutilações (circuncisão, extração de clitóris, etc.) são sinais de pertinência, de identidade social, ao mesmo tempo que, assinalam a condição tida por autenticamente humana que as exibem”.

É a maneira que se tem de determinar a passagem da incivilidade para o mundo da cultura, ou seja, das normas que originam a civilização. Portanto, marcar o corpo serve como delimitação da realidade normativamente constituída, assim como faz com que se transcenda de forma exorbitante ao ser em si a partir de seus atributos físicos, criando uma imagem duplicada do que ele seja, originando essas ideações.

A questão mais central deste debate talvez seja a da especificidade do corpo e da dimensão que lhe é de direito na realidade social (Horestein, 2003). Para a antropologia (Goldenberg, 2005; Queiroz & Otta, 2000) a dimensionalidade corpórea está calcada na sua própria historicidade constituída através de tempos imemoriais.

Na filosofia isto pode estar sob a ordem ontológica, isto é, da essência natural ao próprio homem como um ser inserido no mundo. Algo que lhe é comum. O lugar deste aspecto físico humano, embora cindido como a própria existência, se apresenta aglutinando em si as propriedades do contexto que permite a sua vida como entidade atuante.

A estética do corpo na perspectiva da sua utilização pelos *media* nada mais é que um algo a ser modelado que nunca será o que foi desejado. Isto dá ensejo a uma busca contínua e à dominação, ao menos, do *marketing*. A mídia se apropria da falta que é inerente aos humanos, e ela ainda estimula o preenchimento desta angústia provocada pelo permanente “não-ter” com suas falácias. Tal situação enreda as pessoas provocando-as ao consumismo, mesmo que seja do próprio corpo.

Quando esta falha se evidencia na mídia, pois os objetos não podem ser repetidos ao pé da letra, desponta a sensação de inadequação do espetáculo onde o corpo humano é o ponto central de uma ilusão que significa o esvaziamento do Ser. A diluição da quintessência humana pelos próprios seres humanos.

O que prega então a *mass culture* é a apropriação do aspecto físico do “Outro” para o bel-prazer de alguns. Isto baseado na impossibilidade da realidade, ou seja, como o que existe é limitado, são os outros que da mesma forma em que evidenciam isto, servem como projeção dos desejos alheios. Estes por sua vez são homogeneizados em uma figura humana indissolúvel e perfeita. Nos dizeres de Eagleton (1993, p. 252):

“O modernismo é a arte forçada a uma autocontradição silenciosa, e a fonte deste impasse está no estatuto material contraditório da arte na sociedade burguesa. A cultura está profundamente imersa na estrutura de produção de mercadorias. Um dos efeitos disso é o de

liberá-la a uma certa autonomia ideológica, permitindo-a falar, por exemplo, contra a ordem social da qual ela é culpadamente cúmplice”.

A arte e seus produtos são construídos e servem para refletir todo o contexto social que existe no momento. Nesta reflexão da realidade produz-se uma crítica a partir do próprio objeto. No caso da estética do corpo, segundo Novaes e Vilhena (2003), transparece a contradição de uma matéria que é una em si mesma, mas que ao mesmo tempo, pertence a um todo, que é a sociedade.

O modernismo desnaturaliza o esquema psicofisiológico do humano, retirando-lhe a impressão original de que ele faz parte de algo e imprimindo-lhe o sentido do ser individual. No objeto artístico é injetada a condição de se tornar crítico daquilo que o produziu. Assim, tanto a cultura quanto o corpo objetificado, consomem-se em um ciclo infundável.

Algumas pesquisas sobre os atributos corporais (Goldenberg, 2005; Novaes & Vilhena, 2003; Oguchi & Kikuchi, 1997; Queiroz & Otta, 2000) demonstram que os códigos expostos nas corporeidades humanas atraem e repelem as outras pessoas do grupo.

No caso dos *cosplayers*, o que se pode perceber, é que as personagens, por diversos motivos, podem ser atraentes para aqueles que se travestem como tais. Interessante notar, porém que em geral, eles reconhecem-se em produtos de mídia e não em entidades sociais.

Sendo assim, Garcia (2005) entende que os corpos vão se modificando camaleonicamente também para atender as exigências midiáticas, na qual o fenômeno dos *cosplayers* faz parte. Para este autor, o corpo está dentro de um eixo que engloba as manifestações contemporâneas e publicitárias, sendo marcado por ambas.

É uma confluência do que chama de “transcorporalidade”, isto é, quando a matéria corpórea “comunica” de forma própria o que tanto a sociedade quanto a mídia desejam. Esta comunicabilidade ocorre dentro das possibilidades orgânicas em que o lugar do corpo esvanece-se, levando-o ao estado transitório das transcorporalidades (Garcia, 2005). Da mesma forma que a mídia se pulveriza em diversos sentidos para vários grupos, assim também o corpo possui esse potencial, principalmente quando a serviço de instrumentos midiáticos.

Neste sentido é essencial que se desenvolvam elucubrações acerca de tal noção de identidade que possam abrir perspectivas que se afiguram promissoras para entender processos como este que a investigação aqui proposta pretende abordar. Desta maneira, autores como Giddens (1991, 2002) e Maffesoli (2000) são estudiosos deste tema na área das ciências sociais e terão suas idéias expostas a seguir para que haja um entendimento melhor de como o fenômeno se realiza na sociedade. Representando a psicologia será revisada a teoria de Tajfel (1982a, 1982b).

2.3-Identidade Social

Ao se falar em identidade, é necessário entender como as teorias enxergam a formação deste fenômeno psicossocial e como sua ligação com a psicologia pode facilitar a compreensão dos processos mentais formados no ato da comunicação de massa.

Lopes (2002) mostra que, de maneira geral, a identidade sempre foi uma proposição bastante discutida desde a antiguidade, com o início da filosofia. Isto é, os seres humanos, desde há muito tempo tentam entender por que seus semelhantes agem de determinada maneira, e por que outras pessoas se comportam de forma distinta.

A filosofia grega entra em paradoxo ao tentar diferir o que é a representação do objeto que existe e a representação derivada do conhecimento no grupo. Daí que se explicita o pensamento unitário do que é o ser humano. Com estas idéias, o indivíduo é indivisível, pois que em essência, uma pessoa é a mistura do reflexo do que existe dentro de si e fora dela.

Ainda Lopes (2002) entende que esta noção de indivíduo vem a ser assegurada com a supremacia do cristianismo no mundo ocidental a partir do século IV d.C. quando os doutores da Igreja começaram a se reunir para determinar os desígnios teológicos dessa crença religiosa.

A religião cristã foi essencial também para a delimitação das normas sociais que viabilizavam não somente uma ética sagrada, como um conjunto de condutas que normatizavam as relações entre os indivíduos. Assim, ser cristão em certa medida significa ser cidadão, embora houvesse condições díspares para cada contexto.

Com o racionalismo emergente do século XVIII, o conceito de identidade passa a ser designativo da consciência de si mesmo. Assim, o homem concorre a ser considerado uma entidade que está a par de suas próprias ações (Lopes, 2002). Com este

tipo de concepção, logo surge a idéia de um “ser humano histórico” que altera de forma clara e específica o mundo onde vive.

Neste sentido se recai novamente na temática da ideologia. A percepção sobre identidade se multiplica ao reconhecimento do que é “sujeito”, isto é, aquele que está submetido às relações históricas entre as classes sociais, “indivíduo”, aquele que é senhor de seus próprios atos, alterando consideravelmente o espectro social e “pessoa”, como aquele que possui uma essência intrínseca à sua realidade. Nas ciências sociais, a antropologia, a sociologia e a ciência política, mais a psicologia, tentam entender os processos que determinam o surgimento da identidade. Por isto, fatalmente a discussão redundará na prospecção sobre a cultura.

Enquanto a cultura popular, em adição ao folclore, estaria algo mais próxima e seria espontânea de um povo, sua origem social, a *mass culture* é um imenso conjunto artificial de conteúdos mesclados. Esta fragmentação que ocorreu, por exemplo, nos magazines a partir do primeiro pós-guerra do século passado reflete uma extensa divisão não somente como uma tática dos *media* como também de toda uma conjuntura social (Martins, 2003).

Um dos indicativos para a maior difusão da *mass culture* como diz Bosi (2000) foi a perda do sentido de vida em comunidade. Com o aparecimento progressivo da industrialização, as pessoas começaram a deixar suas habitações em vilas e cercanias das cidades e se mudaram para as metrópoles em busca de melhores condições de vida, como já foi dito anteriormente. Isto acabou minando as tradições folclóricas e fortalecendo novos hábitos e também modos de diversão.

Bosi (2000) ainda lembra a teoria de Ferdinand Tönnies que desmascara a divisão entre os termos “comunidade” (*Gemeinschaft*) e “sociedade” (*Gesellschaft*). Segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1993), Tönnies elaborou suas idéias indo contra o consenso dos quadros teóricos de sua época, abandonando noções de comparação entre sistema fisiológico com o funcionamento do corpo social.

Sua tese sobre os vínculos mostra que quanto mais as pessoas estão juntas, mais seu psiquismo atua fortalecendo estas relações em um perímetro psicossocial curto, como por exemplo, as famílias e relações de amizade em um bairro. Os vínculos de controle social se mantêm informalmente regidos pela sensação de reciprocidade. Uma discussão *en passant* pode ser vista em Berger e Luckmann (1966/2004) no que concerne às alterações sociais que permeiam a edificação constante do meio social.

Por outro lado, ao que consta do termo sociedade, é a quebra de unidade comunitária em proveito da industrialização e urbanização maciças das nações. Esta nova ordem social mantém-se não pela proximidade dos corpos e dos vínculos familiares, mas principalmente por um contrato simbólico e escrito enquanto estrutura de autoridade legitimada pelos pares. Em outras palavras a *Gemeinschaft* foi substituída pela *Gesellschaft*.

Esta condição última faz com que o indivíduo seja inserido em uma sociedade impessoal e anônima, distintamente da vida comunitária, em que as pessoas estão todas unidas numa totalidade unitária, que é ela por si mesma. Na vida social, o sujeito está disperso entre as diversas interações existentes.

Tais interações se baseiam em uma competitividade estressante na qual os indivíduos buscam ao máximo obterem vantagens e lucros para si, ao mesmo tempo, em que minimizam as possibilidades de entrega da própria pessoa ao comprometimento da solidariedade. Com esta tensão, a *mass culture* floresce como uma maneira de aliviar as reciprocidades entre membros da sociedade.

Briggs e Burke (2004), ao tentarem entender a importância do surgimento deste tipo de mídia na formação das nações modernas, afirmam que ainda no século XIX o caminho social entre empregados e empregadores era longo e que não se previa um aumento da riqueza em termos gerais, assim como não se pressupunha o surgimento da mídia de massa, em especial a televisão, que, acabou por moldar a estrutura cultural dos tempos que se seguiram. Daí o entendimento que os meios de comunicação estão envolvidos em um processo contínuo de persuasão.

Os conceitos de Ferdinand Tönnies embora não tenham a ver especificamente com o surgimento da mídia, favorecem uma reflexão sobre sua importância na orientação social contemporânea.

No entanto, levando suas idéias sobre as transformações sociais para o contexto da análise realizada sobre a mídia, pode-se dizer que todo o sistema comunicacional se sustém basicamente pelo motivo de estabilidade financeira. Se o *media* é razoavelmente rentável, a estrutura manter-se-á. Trata-se, portanto, de um conjunto de condições externas ao sistema social no qual ele está inserido. Estes modelos, para o autor da teoria, são formalizados justamente nas relações entre as pessoas.

Transportando o assunto para as relações econômicas tão indelévels nas comunicações, os empresários não se incomodam com a possibilidade de o público eleger um programa que seja de mau gosto. Se o retorno financeiro almejado for coberto

ou extrapolado, os donos destes empreendimentos fatalmente irão investir mais ainda para que haja um alongamento do entretenimento, estabilizando-o na grade de espetáculos.

Isto também viabiliza o crescimento do *marketing*, que é favorecido, segundo afirmam DeFleur e Ball-Rokeach (1993), pelo consumismo da classe menos afortunada. Isto ocorre por que as pessoas que estão em um nível um pouco mais abastado têm tendência maior a escapar, não de todo, deste sistema, sendo sua permanência um tanto quanto periférica.

Preconiza-se então um formato de que tais sistemas sejam flexíveis o suficiente para não intervir de forma tão diretiva no comportamento humano. Isto permite a coalizão das idéias de Tönnies com os expedientes do Construcionismo Social (Berger & Luckmann, 1966/2004; Raserá & Japur, 2005). As pessoas estão vivendo em um momento que se evidencia pela ruptura com as antigas tradições, determinando novas condutas sociais, mas elas têm a opção de fortalecer ou não tal sistemática.

Em decorrência de tais discussões, Costalat-Founeau (1997) procura determinar uma classificação entre as diversas teorias que foram se formando ao longo do desenvolvimento do assunto. Diz a autora que se pode criar uma nomenclatura que atende às sutilezas das diversas perspectivas, como visto a seguir:

*Interacionista, mais comum à antropologia, baseando-se nos estudos de Margaret Mead;

*Cognitivista, que jaz focada na psicologia edificada principalmente por Jean Piaget;

*Perspectiva Categorical, que se centra, sobretudo nos estudos de Henry Tajfel, que tenta se aproximar até certo ponto as duas anteriores, e,

*Ego-Ecológica, que entende ser a identidade como um reflexo somente do si - mesmo e do mundo que cerca a pessoa, conforme os estudos de Louis Guérin.

É bem verdade que todos estes estudos não esgotam o tema, propiciando que novas pesquisas sejam realizadas. Para esta exploração empírica, será focalizada a teoria da identidade social de Henry Tajfel, que surgiu no *corpus* da psicologia. Para o encaminhamento da pesquisa considerou-se como base inicial de estudo a vertente societal da psicologia social.

Segundo Doise (2002) e Farr (1996) esta vertente é decorrente da “crise da psicologia” ocorrida durante a década de 1970. Havia até então predominância da perspectiva experimental e “individualista” originária dos Estados Unidos. Assim, quase

todo tipo de pesquisa social que fora realizada até então neste nicho da ciência, e que pretendia desenvolver algum conhecimento acerca dos grupos e de seus membros era permeada por uma prática contraditória.

Para ilustração e diferenciação técnica a Teoria da Estruturação de Giddens (Giddens, 1989, 1991, 2002; Lenzi, 2006) e a Teoria de Maffesoli (1995) por serem do domínio da sociologia e, portanto, da perspectiva interacionista, próximas da psicologia, também serão visitadas.

2.3.1- Teoria da Identidade Social de Michel Maffesoli

Sendo assim, por algumas das perspectivas sociológicas, a identidade social surge como uma natural necessidade de estabilização cotidiana na vida moderna e solução contra fenômenos produtores de ansiedade que ao mesmo tempo unificam as pessoas em grupos. Outra maneira de se explicar a importância e surgimento deste construto é a que propõe Maffesoli (2000) e que será abordada a seguir.

Este teórico francês traz à baila duas questões interessantes acerca da formação e desenvolvimento da identidade social. A primeira é que a mesma se forma a partir de um forte sentimento de ligação, que ele identifica como sendo parecido com o sentido religioso e/ou esotérico. E a segunda, é o entendimento de que o momento atual é denominado como sendo a pós-modernidade.

Maffesoli (2000) recorre ao aspecto afetivo para explicar o porquê das pessoas se unirem e realizarem um movimento de contração e regressão formando as “tribos”. Isto ocorre justamente porque esse sentido de religiosidade é permanente. Aquele sentido de ligação que especifica a idealização dos grupos. As pessoas se juntam por que se sentem atraídas emocionalmente, numa espécie de religiosidade.

Embora a sociedade ocidental, ou melhor, as sociedades industrializadas tenham se desenvolvido economicamente, conquistando vários avanços principalmente na área dos direitos humanos, as mesmas passaram a sofrer de um individualismo crônico (Inglehart, 1994). Esta tendência a existência individual foi causada justamente por motivo do renitente acúmulo de riquezas. O *status* desenvolvimentista parece que acabou por separar as pessoas, e as interações sociais foram distendidas.

Ao se falar dessa busca por algo alternativo, não é possível limitar-se somente à adoção de um comportamento neo-religioso do tipo “esotérico”. É preciso considerar

também a força da atração do movimento subjetivo que tende a unir ou conjugar o que é tradicional e moderno como elemento importante na ação sobre as pessoas.

Com um pensamento teórico quase parecido, Elias (1994) diz que as pessoas se juntam em grupos e em sociedade por que existe uma “força invisível” que as une, e que esta força é funcional. Sendo assim, as pessoas estão em seus grupos, sempre dispostas em funções encadeadas como elos umas com as outras, e é por isso que as sociedades “funcionam” cada uma ao seu modo.

Os bairros das megalópoles se constituem em aglomerados onde as pessoas se “fecham” na resolução de seus problemas e na necessidade do melhor viver hedônico (socialidade) em oposição à função social imposta pelo governo. Esta potência dos grupos converte-se em pequenas coletividades socializantes que “vão com a maré” sem realmente estarem indo, prontos para reagirem na defesa de seus costumes. E isso ocorre dentro das grandes cidades.

No fracasso das premissas das políticas públicas em solucionar os problemas que afligiam as diversas instâncias da sociedade, houve um movimento de retração que fez com que as pessoas tentassem elas mesmas resolverem suas complicações, o que leva a crer, em termos mais epistemológicos, na tese do construcionismo social (ver em Berger & Luckmann, 1966/2004).

As idéias de Elias (1994) convergem com essas. Ele afirma que a identidade humana passou por um processo de contínua individualização, pontuado a partir dos questionamentos de Descartes (*Cogito, ergo sum*). A base identitária da humanidade vai passando da regulação social hereditária como títulos de nobreza e profissões-herdades, por exemplo, para a regulação individual.

É neste ponto que as pessoas acabam por ter mais liberdade em escolher seus rumos dentro dos grupos. Suas idéias em parte se coadunam com as de Maffesoli (2000) no que concerne à contínua ação de distanciamento das pessoas do conjunto estatal. Ele cita o exemplo africano de então:

“O exemplo dos processos de formação nacional que hoje se desenrolam na África mostra com especial clareza a força do processo social que impede as pessoas para a integração no plano estatal e sua resistência a essa integração, que deve seu vigor e persistência à adequação do *habitus* social ao plano tribal tradicional” (Elias, 1994, p. 174).

Elias (1994) e Maffesoli (1995, 2000) entendem que a busca pela autonomia pessoal e coletiva é compreensível. Porém, isto pode determinar o afrouxamento dos laços entre as pessoas. O grande conjunto de opções que surge no meio social faz também com que os indivíduos tenham uma representação de que eles não precisam continuar muito dependentes dos seus pares, acreditando, que devem cada vez mais, tomar decisões eles mesmos.

Este *empowerment*, isto é, a noção de que as pessoas têm o poder de resolver tudo e gerenciar amplos setores de sua própria vida fez com que as crenças nos governos como protetores e provedores de uma vivência harmoniosa e agradável ruíssem. Por isto ocorre o movimento de retração social que sedimenta caminhos alternativos que, na prática, podem ser vistos na formação de ONG's e os "mutirões da cidadania":

“(...) sabemos que, para os partidos políticos, importa cada vez mais “fazer passar a mensagem”, e cada vez menos refiná-la. Impossível estender-se a respeito desse problema. Pode ser, entretanto, que ele seja apenas a expressão do relativismo popular. Para responder ao descompromisso e ao recuo cuida-se da imagem. Fala-se mais à paixão do que à razão” (Maffesoli, 2000, p. 71).

Se a imagem é um instrumento que serve para denegrir e lucrar na base de uma alienação proposital do “Outro”, o partidarismo passa a ser na verdade um símbolo de falta de eticidade das pessoas que deveriam estar engajadas em eliminar o mal-estar social.

Esta falta, pelo contrário, faz com que este sentimento negativo aumente produzindo insegurança entre as pessoas e fazendo recrudescer o uso da imagem como um virtual caminho para se chegar ao poder, como um círculo vicioso. Contra isto, as identidades, ao mesmo tempo, se flexibilizam e se enrijecem.

Isto acontece à medida que este *ethos* corrompido dá lugar a uma nova ética do mundo virtual e solidário. Então os grupos são mais flexíveis à permissão de adesão de diversos elementos que em outras épocas teriam seu acesso barrado ao mesmo tempo em que encetam uma cristalização em tradições, como algo nuclear para sua coesão. Em outras palavras, a adesão aos grupos está mais fluida embora algumas tradições ainda possam permanecer (Maffesoli, 1995, 2000).

Talvez signifique dizer que as frustrações com algumas formas de viver o social acabam por desenvolver outras maneiras alternativas que desencadeiam alguns outros níveis de comportamento inicialmente tidos como caóticos para tentar se resolver este impasse. A alteração ética na sociedade é algo que sempre ocorreu justamente por causa dos fatos sociais. Se o sentido de caos permeia o atual momento histórico, as práticas sociais tendem a ser modificadas para que as pessoas possam adaptar-se.

Porém o que irá unificar as pessoas nos diversos grupos e permitir que elas possuam uma noção identitária é a “ligação religiosa”, ou o “calor humano” entre eles. Esta sensação de compartilhar algo entre si de maneira quase sacra é fomentada pelo próprio contexto em que as pessoas se encontram. Então ele adentra na sua segunda questão ou premissa que implica a idéia de um momento histórico pós-moderno.

A pós-modernidade seria o período de enfraquecimento das instituições sociais oficiais. O esmorecimento das organizações e o surgimento e consolidação das empresas de serviços e o pensamento de uma lógica alternativa. Esta última, disposta ao ressurgimento do bem-estar social baseado não mais no estatismo, o que teria sido comprovado com a dissolução da União Soviética. Este momento também é demarcado pelas novas tecnologias, principalmente de comunicação, como por exemplo, a internet e a TV digital, que facilitam a percepção do modo de vida alheio:

“O homem pós-moderno que acaricia seu automóvel, que está fascinado por sua filmadora ou por outros objetos do mesmo tipo, é semelhante ao primitivo que, ao tocar determinado amuleto, ou ao gastar com munificência para comprar aquele colar de conchas, participa da potência primordial do mundo que o envolve. Fazendo isso, instaura-se uma espécie de comunhão” (Maffesoli, 1995, p. 126).

Nesta direção, o estilo estético relaciona-se com o feitio dos hábitos. Ambos os jaezes seriam o renascimento de uma mesma forma de algo já passado em outros tempos, mas com uma roupagem um pouco diferente. No que diz respeito à cultura, seria, por exemplo, a expressão gótica que ressurge no caso do caráter musical dos anos 1970-1980, trazendo um formato, uma figuração distinta como a maneira de se vestir e de falar daquelas pessoas.

Entre as várias teorias que existem na sociologia sobre a identidade social, conceito central de Maffesoli (2000) como um elemento de pesquisa, a próxima parece ser a que mais expressa o caráter deste fenômeno psicossocial.

2.3.2- A Teoria da Identidade Social de Antony Giddens

Para se falar, então, do conjunto de pesquisas realizado no âmbito da identidade social, é necessário continuar a recorrer ao contexto sociológico, antes de adentrar a psicologia. Alguns autores desta área fizeram deste tema o seu principal foco com variados estudos (Giddens, 1991, 2002; Maffesoli, 2000).

Giddens (1991) indica que a sociedade é regida por um conjunto de sistemas abstratos, tal qual a teoria de Tönnies vista anteriormente. Sua tese abarca a idéia de que existem “massas de informações” contíguas acerca dos mais diversos objetos sociais que, por serem de difícil acesso às pessoas, acabam por criar uma representação opaca do contexto ao qual elas fazem parte. Isto desenvolve uma espécie de certeza nas regras e instruções sobre determinado desígnio. Um exemplo disto pode ser a rede de computadores virtuais existentes hoje.

Giddens (1989), inicialmente, entende que uma maneira de se limitar ao questionamento sobre o que seria a identidade como um construto a ser estudado pode ser a percepção do conjunto de rotinas e o sentimento de confiança como comuns ao espaço-tempo moderno. A rotina seria:

“Tudo o que é feito habitualmente constitui um elemento básico da atividade social cotidiana. Uso a expressão ‘atividade social cotidiana’ num sentido muito literal, não naquele mais complexo e, em meu entender, mais ambíguo, que se tornou familiar através da fenomenologia” (1989, p. XIX).

Isto é, o que as pessoas fazem durante seu dia-a-dia é essencial para se entender como elas conseguem adentrar em algum grupo e ali permanecer. Rotina ou, como o autor propõe, a recursividade da vida das pessoas, é essencial para que elas possam se adaptar não somente ao meio social em que vivem como também para se vincularem a outros indivíduos. Então, em outras palavras, as pessoas necessitam de uma ação repetitiva ao longo de sua vida para que elas alcancem um sentido de constância em suas existências, o que para Giddens (2002) é chamado de “confiança”.

Este sentimento é o que prende as pessoas a outras e as faz agirem de maneira recursiva, ou seja, repetitiva provocando uma reprodução das produções sociais. Nesta constante busca pela estabilização de suas vidas, os humanos mais reproduziriam atividades e estruturas sociais do que criariam novas.

Assim, o mundo é visto a partir de uma perspectiva estruturalista, pois que os indivíduos estariam sujeitos a estas práticas definidas como uma espécie de perfil do que para eles seja um cidadão ou membro de um grupo. Esta busca pelo “Outro” é o que ele chama de “encaixe” (Dumont & Gattoni, 2003).

Os autores citados entendem que, na verdade, as estruturas sociais não podem ser vistas como algures inflexíveis. Afinal, a busca por confiança pode alterar tais “armações psicossociais”. Por isso não se pode dizer que há somente uma identidade para cada pessoa. Daí a necessidade de se entender o momento dos dias de hoje, realizando questionamentos condizentes com os fenômenos que ocorrem em profusão:

“O que é modernidade? Como uma primeira aproximação, digamos simplesmente o seguinte: ‘modernidade’ refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (Giddens, 1991, p. 11).

Embora seja uma atual tendência a afirmar-se que há uma “pós-modernidade”, o que este autor defende é que a sociedade está ainda perfazendo a modernidade. E que os descontínuismos desse período acabam por formalizar uma espécie de ilusão sobre os eventos sociais que ocorrem e que acabam por produzir um perfil do que seria a “pós-modernidade”. Para ele, o rompimento antes fenomênico deve ser epistemológico, ou seja, do discurso científico que é aquele que analisa todas as circunstâncias que envolvem a evolução do mundo dos homens.

A busca de cada um dos sujeitos pela constância no seu ambiente faz com que eles assumam contratos de risco. Isto demonstra que eles “pulam” de uma organização para outra, e nisso pode-se dizer também que as pessoas assumem variadas identidades à medida que passam a se incluir em determinada estrutura social, ou seja, grupo social (Dumont & Gattoni, 2003; Giddens, 2002).

Esta forma de ser é comum ao tempo histórico moderno. Como as pessoas pensam sempre em sua segurança, estabeleceu-se um modelo social que tenta suportar este objetivo pessoal e inerente à espécie humana. Sendo assim:

“A modernidade pode ser entendida como aproximadamente equivalente ao ‘mundo industrializado’ desde que se reconheça que o industrialismo não é sua única dimensão institucional (...). Uma segunda dimensão é o capitalismo, sistema de produção de mercadorias que envolvem tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho. Cada uma dessas dimensões pode ser analiticamente distinguida das instituições de vigilância, base do crescimento da força organizacional associado com o surgimento da vida social moderna” (Giddens, 2002, p. 21).

O sentido de vigilância é típico da era moderna porque somente assim as pessoas têm condição de sentirem-se seguras. Vigiar é necessário para controlar e regular ao máximo possível a vida humana em sociedade. Assim, precaução e seguridade caminham de mãos dadas contra a ansiedade comum aos dias modernos. Esta ligação promove, por sua vez, a possibilidade de se criar referências que não são somente sociais, mas também são individuais, e por isso são psicossociais.

O psiquismo do indivíduo, diria Giddens (2002), é criado desde seu nascimento sob um “manto protetor” imposto pelos seus pais ou cuidadores. Este “manto” seria o já exposto sentimento de confiança que cria uma aura de autonomia e autopreservação na imagem que a pessoa faz de si. Para defender esta representação dos efeitos ansiogênicos naturalmente encontrados na sociedade, os humanos tendem a gerar fantasias e um reflexo funcional delas foi a criação da mídia, que por sua vez, também provoca o mal-estar da ansiedade, então:

“A manutenção da vida, nos sentidos corporal e da saúde psicológica, está inerentemente sujeita ao risco. O fato de o comportamento dos homens ser tão fortemente influenciado pela experiência transmitida pela mídia, juntamente com as capacidades de cálculo que os agentes possuem, significa que cada indivíduo poderia (em princípio) ser esmagado por ansiedades sobre os riscos implícitos nos afazeres da vida” (Giddens, 2002, p. 43).

Pela citação percebe-se a força dos meios de comunicação na formação das condutas humanas, e a possibilidade de sofrimento psíquico trazidos por eles. O que impede que isto ocorra é a identidade social partilhada por muitos em um grupo. Daí é que surge a chamada “organização social”, baseada na comunicação identitária que tece as ligações entre as pessoas. Esta sujeição aos que pertencem ao mesmo grupo também pode diminuir a ansiedade que provém do meio social, porque serve como uma barreira contra esta sensação de mal-estar comum geradas pelos fatos sociais (Costa, 2004; Giddens, 1989).

Dumont e Gattoni (2003, p. 48-49) identificam quatro formas de adaptabilidade das pessoas ao mundo da “alta modernidade”: Aceitação Pragmática, Otimismo Sustentado, Pessimismo Cínico e Engajamento Radical.

O primeiro conceito, o de “Aceitação Pragmática” deriva da necessidade das pessoas crerem ao máximo nos sistemas abstratos aos quais estão envolvidos. A firmeza dessas crenças favoreceria com extremoso deleite da vida em um momentâneo contexto. Aquele determinado instante é o mais importante para a pessoa e ela poderá viver certa angústia por não ter a capacidade de prever o que ocorrerá nos momentos seguintes.

Um segundo conceito na teoria dele seria o de “Otimismo Sustentado”, ou a condição das pessoas em buscarem em outras pessoas ou nos grupos sociais, o sentimento de segurança. Não é por menos que muitos indivíduos encontram nesta procura seitas religiosas obscuras ou os ditos livros de “auto-ajuda”.

O “Pessimismo Cínico” é a preposição contrária à anteriormente vista. As pessoas têm o entendimento de que a sua realidade não funciona bem. Com isto, os indivíduos tornam-se céticos e para se proteger da insegurança cotidiana, acabam por adotar a postura que pode chegar ao oportunismo, de tirar proveito em causa própria de outras pessoas que como eles, estejam fragilizadas.

E ao fim o “Engajamento Radical”, que seria na prática uma forma mais exacerbada de otimismo sustentado, como uma forma de reação à insegurança do mundo. O fanatismo é o fenômeno mais expressivo sendo portanto, insidioso.

De certa maneira, esta teoria se contrapõe aos tradicionais estudos sociológicos que afirmam a supremacia da sociedade sobre o indivíduo. Com estas modificações sociais próprias da chamada “alta modernidade”, é o meio social que pode se ajustar às demandas das pessoas.

No entanto, esta tese ainda deixa uma lacuna que pode ser usada para explicar tais modificações nos hábitos comunitários e individuais que acabam por interferir na

formação da identidade social, que é o que se chama de “terceira via”. Isto é, a idealização de uma sociedade ou de costumes que nem seriam de perspectiva marxista e nem liberal, e que poderia ser uma saída às angústias das pessoas na atualidade (Costa, 2004; Lenzi, 2006).

No entanto, Giddens (2002) não deixa de discutir que o poder das informações provenientes da mídia, muitas vezes é mais intenso em termos de efeitos sobre os hábitos preestabelecidos das pessoas. Quando as notícias e informações chegam aos indivíduos, eles muitas vezes devem se esforçar para não perderem o sentido de organização social. Resta-lhes então, reduzir e reinterpretar ao máximo as comunicações por meio das suas próprias atitudes de rotina. Em outras palavras, como o que é estranho amedronta, acaba por ser naturalizado.

Isso, em verdade deriva do sentimento de impotência do sujeito diante do conhecimento de uma gama de eventos de que ele não pode dar conta. Então, o que acontece é que ele se apropria da realidade, que se torna dele, mesmo estando distante do acontecimento, a partir do conhecimento destes eventos. Desta maneira, Giddens (2002) diz que o sujeito é “engolfado” pelo social. Ele passa a fazer parte à força de algo que não lhe diz respeito à primeira vista e tal fenômeno pode alterar a identidade das pessoas de maneira maciça.

O que se descortina aí é a imensa capacidade de autoridade conferida às grandes mídias no tempo moderno:

“Uma pessoa nessa situação não é necessariamente uma tradicionalista, mas essencialmente desiste das faculdades de juízo crítico em troca das convicções oferecidas por uma autoridade cujas regras e provisões cobrem a maior parte dos aspectos de sua vida. (...).É como se o indivíduo não precisasse mais se envolver no jogo problemático que todas as relações de confiança supõem. Em vez disso, ele se identifica com uma autoridade dominante na base da projeção” (Giddens, 2002, p. 181).

Ao fim, o que este autor vem afirmando também é que além de flexível em sua essência, a identidade humana se dobra não mais para as convenções sociais como outrora, mas para os dias de hoje, às tensões e pressões midiáticas, o que nem sempre é interessante ao gênero humano.

A discussão sobre a possibilidade de ambigüidade do conceito de identidade, que varia do social/externo ao individual/interno, como foi visto acima, também merece destaque na psicologia.

Hall, Lindzey e Campbell (2000) postulam que entre os vários delineamentos de pesquisa em psicologia, dois podem ser considerados proeminentes: o clínico e o experimental. Essas duas modalidades de pesquisa, com as linhas de pensamento e as práticas que preconizavam eram tributárias dos estudos da filosofia e da fisiologia, as principais raízes da psicologia:

“A maioria dos psicólogos da personalidade insistia que o sujeito deveria ser visto como uma pessoa inteira funcionando em um *habitat* natural. Eles defendiam ardorosamente o estudo do comportamento no contexto, com cada evento comportamental examinado e interpretado em relação ao resto do comportamento do indivíduo. Esse ponto de vista era um derivativo natural da prática clínica, em que a pessoa inteira se apresentava para a cura e em que era realmente difícil limitar o exame a uma modalidade sensorial ou a uma série restrita de experiências” (Hall et al., 2000, p. 31).

Em termos históricos, as proposições apoiadas nos conhecimentos sobre a personalidade se encaixam na modalidade das teorias gerais do comportamento humano, uma vez que tentam explicar todas as condutas das pessoas a partir de atributos gerais característicos dessas pessoas, que as acompanham ao longo de sua vida. Historicamente, essas proposições abriram caminho para o desenvolvimento de explicações para os comportamentos também na esfera da interação do indivíduo com a sociedade e com a cultura.

Na psicologia, mais propriamente na área de estudos sobre a personalidade, admite-se que a identidade das pessoas pode ser única e por isso indivisível, e a isto se chama de personalidade. Em outras palavras, a individualidade pode ser descrita também como sendo o conjunto de atributos que, correspondentes entre si, determina o que somente uma pessoa pode possuir em termos de configuração intrínseca.

Cada indivíduo, seria por isso, diferente entre si, embora podendo unir-se em diversos grupos. Quando se fala em identidade pessoal, quer-se dizer com isso o que é uma pessoa, como ela age, e como ela pensa - e neste sentido a personalidade humana também é uma forma de identidade.

Conforme Doise (1978), as pesquisas de Moshe Sherif foram as primeiras nesta área por volta do início da década de 1950. Geralmente estes estudos exploratórios focavam o tema da competição entre grupos e adotavam uma concepção “Gestáltica”. Doise (2002) entende que Henry Tajfel, além de alterar este tipo de perspectiva teórica sobre os estudos identitários, também consegue desenvolver uma teoria complexa sobre o surgimento e desenvolvimento deste construto.

Com o surgimento da psicologia societal, começam a ser desenvolvidas pesquisas, baseando-se no estudo dos processos representacionais e identitários dos grupos e de seus membros (Agostinos & Walker, 1995; Doise, 2002; Farr, 1996). Segue-se então uma gradual e histórica ruptura de prática em pesquisa, em que se abandona o delineamento experimental e a utilização de parâmetros expressados quantitativamente, em favor da constituição de novos métodos de compreensão dos fenômenos psicossociais, como por exemplo, a utilização de relatos verbais como dados analisados a partir de técnicas interpretativas.

Tanto Doise (2002) quanto Farr (1996) acrescentam que essa nova psicologia social estaria se orientando para um diálogo com a sociologia, perdido anteriormente por causa de polêmicas científico-metodológicas. Ocorre então, desta forma, um distanciamento da antiga prática abraçada pelos pesquisadores norte-americanos. Adota-se a posição de reiterar a necessidade de explorar os eventos tais como ocorrem nos ambientes sociais de cada pesquisador, promovendo maior liberdade de ação.

Uma primeira tentativa de explicação do conceito na psicologia social poderia ser abrangente:

“A noção de identidade social fornece uma definição do indivíduo que se situa na articulação do sociológico e do psicológico. Permite saber em que medida as pertencas a certos grupos sociais definem o indivíduo e qual é a parte propriamente individual, idiossincrática, introduzida nesta definição” (Doise, Deschamps & Mugny, 1980, p. 35).

Por estes autores, claramente, tem-se uma conceituação que se passa por paradoxal ao se permitir entender a identidade social como um marco entre duas ciências tão próximas e ao mesmo tempo tão distantes. Talvez isso por si só já seja um sinal das alterações teóricas e práticas decorrentes do surgimento da psicologia societal. Doise et al. (1980) mostram como as pesquisas realizadas antes nessa área denotam um ranço claramente laboratorial.

2.3.3- Teoria da Identidade Social de Henry Tajfel

No que se refere à psicologia, talvez a primeira das teorias que, com efeito, possa ser do escopo da identidade social e alocada na área de pesquisa em psicologia social societal, foi aquela concebida por Henry Tajfel. Segundo Amâncio (1993) a teoria dele, embora muito completa, acabou por provocar o surgimento da chamada “Escola de Genebra” que com seus estudos se oporia aos dos seus discípulos que aderiram ao que se convencionou chamar “Escola de Bristol”.

Para aquela autora, esta linhagem de estudos assume a responsabilidade de “colocar a identidade no centro da análise das relações intergrupos, atribuindo-lhes uma posição explicativa da diferenciação e da discriminação sociais, para além de pretender proporcionar à psicologia social instrumentos teóricos e empíricos para a análise de fenômenos macrossociais” (Amâncio, 1993, p. 291).

Porém, é importante notar que somente há identidade social se houver uma comunhão de pessoas que possam estar unidas a partir de algumas características. Afirmo Jesuíno (1993) que os grupos só podem ser considerados como tais por causa dos fatores antecedentes da história de cada pessoa que pertença a ele e que vá facilitar a interação com seus pares. Por sua vez, a “interação social” seria o combustível para que um grupo permaneça como tal. Bem diferente do experimento com o chamado “grupo mínimo” onde não ocorre esta conjunção de itens (ver em Agostinos & Walker, 1995; Tajfel, 1982a, 1982b).

O que afirma teoricamente Tajfel (1982a, 1982b) é que o surgimento desta vinculação, ou seja, a interação, faz florescer o afeto, para além do aspecto cognitivo. Baseando-se nisso é que para este autor as pessoas conseguem manter a pertença do grupo e posteriormente formalizar uma identidade social. Na tese de Tajfel (1982a, p. 60), portanto:

“Os membros de um grupo acreditarem que lhes é impossível (ou, pelo menos, que existem dificuldades consideráveis) deslocarem-se de um grupo para outro; e que conseqüentemente, ou em interação com a primeira condição, as fronteiras entre os grupos são bastante acentuadas. Um dos resultados destas duas condições é que ela deve determinar fortemente o curso da interação interpessoal, independentemente das características

individuais dos interagentes, ou do detalhe das suas relações pessoais passadas e presentes”.

Destarte, é interessante notar que a maneira como a informação acerca de um grupo é repassada também pode determinar a formação de determinado afeto (Tajfel & Forgas, 1981). Mensagens de teor ambíguo mudam o rumo da criação das impressões e sensibilidade em relação a outras pessoas.

É imprescindível que haja a comunicação entre os indivíduos, para que, por sua vez, ocorra a possibilidade de se avaliar o grupo-alvo, isto é, a correspondência de mensagens. O que não permite uma adesão imediata a outro grupo é o conjunto de afetos que “prendem” o indivíduo ao conjunto dos pares aos quais estava anteriormente ligado. Isto não significa que as pessoas não mudem de grupos ou que não vivenciem vários grupos ao mesmo tempo, mas sim que esta ligação as enraíza em alguns em detrimento de outros. Desta maneira:

“O sentimento resultante de pertença a uma minoria aparece, em muitos casos, muito antes de os indivíduos envolvidos terem sido capazes de se construir um grupo coeso e organizado (...). Normalmente, é uma questão de interações complexas entre os critérios internos e externos de pertença ao grupo, das condições em que a pertença sentida a um grupo ou categoria conduz a determinadas formas de ação social, consciência social, sistemas de atitudes e crenças, estratégias coletivas ou individuais” (Tajfel, 1982b, p. 354).

Se um sujeito terá a condição de avaliar em qual grupo permanecerá, significa que possui condição de fazer juízo de valor. E mais que isto, afirma Tajfel (1982a), os humanos conseguem construir sua realidade a partir de um “instrumento cognitivo” que lhes permite produzir aquela avaliação.

Nesta teoria, a categorização social também age como um regulador do conhecimento que os membros do grupo têm não somente sobre si, mas também fundamentalmente sobre o “Outro”. Em anexo à identificação do “si” e do “nós”, a disposição das percepções e dos afetos igualmente concede a qualidade de tentar estabelecer a idéia de “vocês”. Ele se refere ao fenômeno da categorização social:

“Introduzem simplicidade e ordem onde existe complexidade e uma variação quase aleatória. Podem-nos

ajudar a transformar diferenças menos claras entre os grupos em diferenças mais nítidas, ou a criar novas diferenças onde não existe nenhuma. Representam, evidentemente, mais uma tendência para a simplificação do que claras dicotomias: por outras palavras, realizamos, em cada situação relevante, tanta simplificação estereotipada quanta pudermos” (Tajfel, 1982a, p. 148).

Com a produção de uma imagem tida como ideal entre os grupos, as pessoas conseguem produzir comparações entre eles e realizar um julgamento baseando-se nos valores que são partilhados por ele e seus pares (Tajfel & Forgas, 1981). A partir disso existe uma tendência que fatalmente vai determinar que aqueles que são “afins” do seu grupo serão tidos como mais importantes e melhores que aqueles que são dos outros grupos.

Tanto a categorização social quanto a comparação social ocorrem de maneira misturada sem apresentarem, de forma regular, um padrão de ocorrência em que uma antecede a outra. Porém, é fato que a reunião dos valores envolvidos nestes processos, também eles fenômenos de ordem psicossocial, há de determinar a identidade social de um grupo (Tajfel, 1982a, 1982b).

Desta maneira, Tajfel e Forgas (1981) compreendem que estas categorias cognitivas não são simples reflexos dos padrões condutuais expressos no ambiente social, e sim construções ativas impostas por este ambiente contextualizado. Sendo que afetam sobremaneira a percepção humana e sua capacidade de interpretar as informações externas.

Então se pode dizer que o fenômeno da categorização social surge não somente da subjetividade do próprio indivíduo, mas de fora dele também, isto é no meio social do qual ele faz parte. O surgimento da identidade social, igualmente, segue este caminho. Outro fato importante nos estudos de Tajfel (1982a) é a acentuação dos juízos de valor concernentes ao alvo.

Em seus estudos sobre estereótipos, conforme Doise et al. (1980), Henry Tajfel constatou que à medida em que os grupos permitem-se um conjunto de comparações, vai se firmando também uma noção de diferenciação que é aceita pela concepção do “exagero” da percepção dos atributos que promovem as distinções entre eles. Isto é, quanto mais uma determinada propriedade é realçada, mais ela vai orientar o juízo de valor e a conduta social de um grupo sobre o outro e vice-versa.

Assim, conforme Costalat-Founeau (1997), o grupo passa a ser um “lugar” não somente da coesão entre os membros, mas também, paradoxalmente, da uniformização e da diferenciação social. Neste local, as pessoas comungam das mesmas representações e afetos, mas ao mesmo tempo conseguem se diferenciar dos demais membros de outros blocos de indivíduos.

Como visto, a teoria da identidade social de Henry Tajfel pode ser considerada ainda nos dias de hoje como atual e útil no reconhecimento e exploração dos meandros da subjetividade humana e construção da sociedade. Aspecto que se coaduna com a visão de mundo de Berger e Luckmann (1966/2004), segundo a qual as pessoas edificam a própria realidade.

Em contraposição ao visto nos termos da ideologia (Fiorin, 1990; Muñoz, 2004; Ribeiro, 1968/1987), a construção social da realidade não admite a concepção de que o mundo e as vidas das pessoas sejam algo estático. Nesta direção, ideologicamente todos os humanos estariam guiados por uma força opressora maior e onipotente, que não permitiria a variação condutual, por exemplo.

Pelo pensamento do construcionismo social, defendido por Berger e Luckmann (1966/2004) e outros autores (Munné, 1998; Rasesa & Japur, 2005) tanto os comportamentos humanos quanto as interações sociais também variam produzindo constantes modificações na tessitura da dimensão do real.

Como Munné (1998) afirma, as diversas experiências que os seres humanos sofrem durante a sua existência, permitem que eles conduzam suas vidas e que escolham entre várias opções, algumas que possam ser consideradas mais razoáveis que outras. O melhor modelo disto é o desenvolvimento científico que caminha em todas as direções com várias teorias acerca de objetos de estudos comuns.

Outro exemplo é o da linguagem, datada e construída pelos homens, em que os conceitos e associações semânticas vão se estruturando e reestruturando ao longo dos tempos. A mutabilidade é um dos cerne das pesquisas sobre identidade social. Conforme Magalhães Néto (2008), a linguagem nos últimos tempos também tem sua perspectiva construcionista, pois não tenciona homogeneizar as diversas características apresentadas por quem fala sobre um determinado fenômeno.

Em termos epistemológicos, Munné (1998) diz que a concepção construcionista incorpora a idéia segundo a qual a construção do mundo real e objetivo se faz a partir dos relacionamentos articulados com as noções básicas do conhecimento. Na medida em que o homem consegue acumular o saber, ele tenta alterar seu mundo da maneira

que bem entender. Ao fim, segundo Rasesa e Japur (2005), o conhecimento desenvolvido pelo gênero humano está sempre interligado à ação que estes podem desenvolver:

“Neste sentido, o conhecimento situa-se no coração da dialética fundamental da sociedade. (...) objetiva este mundo por meio da linguagem, isto é, ordena-o em objetos que serão apreendidos como realidade. É em seguida interiorizado como verdade objetivamente válida no curso da socialização. Desta maneira, o conhecimento relativo à sociedade é uma realização no duplo sentido da palavra, no sentido de aprender a realidade social objetivada e no sentido de produzir continuamente esta realidade” (Berger & Luckmann, 1966/2004, p. 94).

Na perspectiva teórico-metodológica apresentada até aqui, este estudo tende a identificar as representações identitárias formalizadas pelos informantes, os *cosplayers*, acerca do que eles construíram nas suas interações principalmente com a mídia televisiva e impressa. Embora esteja sendo proposto que é, em parte, um mero estudo exploratório, acredita-se que somente este modelo teórico sustentaria alguns questionamentos e suposições sobre este tema e colaboraria para a interpretação e discussão dos resultados que serão demonstrados.

3. MÉTODO

A exploração acadêmica que ao longo da história da ciência foi tomando forma até os dias de hoje acabou por se revelar em duas vertentes: a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa. Pasquali (1999) indica que durante o período em que a psicologia tornou-se ciência de maneira efetiva, surgiram os testes psicológicos como instrumentos para a maior precisão dos resultados a serem propostos como explicações dos fenômenos.

Embora não seja o escopo desta tese, a discussão sobre os métodos é profícua e importante para o reconhecimento do modelo teórico preditor. Flick (2004, p. 17) diz que “a relevância da pesquisa qualitativa para o estudo das relações sociais deve-se ao fato da pluralização das esferas de vida”. Isto é, quanto mais as interações entre as pessoas tornam-se, sob diferentes aspectos, altamente abrangentes, é necessário buscar novas condições para o aprimoramento das respostas às questões de pesquisa.

No caso da manifestação da cultura popular japonesa, a tomada de decisão foi essencial nesta direção pelo próprio tema, inusitado que o é. Metodologicamente, uma pesquisa qualitativa pode destacar a singularidade e a especificidade do tema. Neves (2007), por exemplo, confirma a excentricidade do movimento de rua e influência das artes cênicas japonesas na moda ao descrever a assunção nos últimos dez anos deste costume.

A investigação caracteriza-se pelas etapas de coleta, análise e interpretação de informações sobre a experiência de participação em eventos de indivíduos que se autodenominam *cosplayers*. A sua atividade característica em tais momentos é a de se apresentarem vestidos de personagens de histórias japonesas em quadrinhos (mangás) ou de desenhos animados (animes) e outros artistas da cultura pop japonesa. Eventualmente incluem-se as representações de ações características de tais personagens.

3.1 – Objetivos da Investigação e Fontes de Informação

A investigação que aqui se relata objetivou produzir informações que propiciassem analisar e discutir características e ações de *cosplayers*, buscando elementos que permitissem formular proposições explicativas sobre o universo de práticas envolvidas no fenômeno *cosplay*.

Dois objetivos centrais da pesquisa podem ser assim apresentados:

1) Produzir uma caracterização sócio-demográfica e motivacional de indivíduos que aderem às atividades que distinguem os *cosplayers* e que participam dos eventos promovidos com o objetivo de fomentar a interação entre eles;

2) Verificar a possível presença de elementos de composição de identidade social, tanto em termos das atividades grupais das reuniões de *cosplayers*, como das próprias características dos personagens vividos (por travestismo ou por imitação/representação).

Para viabilizar a consecução de tais objetivos, é certo que outras alvos compuseram o foco global da investigação, como passos inevitáveis. Um deles foi a interpretação das possibilidades de compreensão do fenômeno em analogia ao universo das comunicações de massa no contexto brasileiro e em relação às características dos envolvidos. Isso implicou verificar também a importância relativa das atividades desenvolvidas pelos participantes como *cosplayers* em relação ao conjunto de ações que tais indivíduos desenvolvem cotidianamente.

Compreender as modalidades de comportamento que os participantes decidem manifestar quando atuam como *cosplayers* é importante para atingir os objetivos anteriormente mencionados. O é também para, eventualmente, explorar similaridades e discrepâncias com elementos das tradições culturais brasileiras que, em princípio, são completamente estranhas ao universo *cosplay*.

A partir de conhecimentos resultantes de contatos prévios com o universo *cosplay* considerou-se algumas evidências obtidas como ponto de partida para a estruturação da coleta de dados. Na verdade, essas evidências podem ser encaradas como quase-hipóteses – portanto, como possibilidades que também estavam sob investigação.

São elas:

a) Os informantes anteriormente contatados manifestarão predileção por produzir *cosplays* a partir de produtos da mídia que tenham origem japonesa (animes e mangás principalmente);

b) Esses informantes afirmarão que a internet pode ser um *locus* privilegiado como instrumento de busca e de troca de informações acerca da confecção de *cosplays*, bem como para maior entrosamento entre os praticantes;

c) Os informantes declararão se identificar com as personagens destas mídias, principalmente, por seus aspectos psicológicos.

Foram consideradas duas fontes principais de informação: a) Os próprios *cosplayers*, que foram entrevistados; e b) Um episódio, em modalidade impressa ou em animação, no qual tenha papel importante uma personagem com a qual o entrevistado manifeste especial afinidade, e que foi por ele indicada.

Há ainda uma terceira fonte de informação que pode ser descrita como o conjunto de informações disponíveis em entradas (*sites*) localizadas por programa computacional específico a partir de solicitação de busca na internet que utilize como palavra-chave o nome do entrevistado. Esta fonte de informação foi considerada pela possibilidade de representar auxílio destacado para a compreensão da importância relativa da atividade de um determinado indivíduo como *cosplayer*, em relação às suas demais ações.

3.2 – Características dos Participantes

O estudo foi realizado com amostra intencional e não probabilística, compreendendo pessoas que se dispuseram a cooperar com a pesquisa. Foram entrevistados 12 indivíduos - cinco (5) mulheres e sete (7) homens. A idade média dos participantes é 18,66 anos ($DP = 1,44$).

Para os objetivos do trabalho é importante conhecer as características demográficas de cada um dos participantes, que podem ser elementos importantes para a discussão da identidade social. O quadro abaixo (nº 1) apresenta informações sobre sexo, idade, escolaridade e etnia em relação a cada participante.

Quadro 1 - Amostra

Sujeito	Sexo	Idade	Escolaridade	Etnia
1	Feminino	20 anos	Superior Incompleto	Branca
2	Feminino	21 anos	Superior Incompleto	Mestiça
3	Feminino	18 anos	Superior Incompleto	Mestiça
4	Masculino	19 anos	Ensino Médio Completo	Negra
5	Masculino	19 anos	Superior Incompleto	Branca
6	Masculino	19 anos	Superior Incompleto	Mestiça
7	Masculino	19 anos	Ensino Médio Completo	Branca
8	Masculino	19 anos	Ensino Médio Completo	Mestiça
9	Masculino	18 anos	Ensino Médio Incompleto	Mestiça
10	Masculino	15 anos	Ensino Médio Incompleto	Branca
11	Feminino	18 anos	Ensino Médio Completo	Mestiça
12	Feminino	19 anos	Superior Incompleto	Branca

Como visto acima, dos 12 informantes, seis (6) estão cursando a universidade, enquanto outros quatro (4) tem o ensino médio completo. Apenas dois (2) ainda estão cursando o ensino médio. Apenas cinco (5) sujeitos se vêem como sendo da etnia branca, enquanto seis (6) se percebem como mestiços (mas sem fusão oriental) e somente um (1) considera-se negro.

3.3- Instrumento

Para a condução das entrevistas foi utilizado um roteiro semi-estruturado desenvolvido a partir de um modelo anterior que já havia sido testado em 26 entrevistas em dois estados diferentes do país: São Paulo e Sergipe (Akemi, 2003; Coelho Junior & Silva, 2007). O roteiro possui 23 itens e está subdividido em quatro áreas temáticas. Está reproduzido no Anexo I.

3.4 - Procedimento

Um contato prévio com potenciais participantes, realizado durante evento ocorrido em Vitória no ano de 2006, permitiu colher endereços eletrônicos e telefones de indivíduos dispostos à participação no estudo. As entrevistas foram realizadas em diversos ambientes, sempre escolhidos pelos entrevistados, partindo-se da premissa de que eles deveriam sentir-se à vontade para fazer os relatos que lhes foram solicitados e, por conseguinte, gravados.

Os entrevistados assinaram um termo de consentimento em participar da pesquisa (ver Anexo II), baseado nas recomendações do Conselho Federal de Psicologia (1999). Isto se dava após conhecerem o objetivo da investigação, e por conseguinte receberem garantia de anonimato na apresentação e discussão das informações fornecidas. No caso de eventuais entrevistados em fase inicial de adolescência, que freqüentavam os eventos acompanhados de algum responsável adulto, decidiu-se que a concordância deste último por escrito, via assinatura do termo, também seria condição para participar da pesquisa. Á título de conhecimento, no Anexo III há duas entrevistas transcritas.

3.5 - Análise de Dados

O exame dos resultados obtidos foi desenvolvido a partir do procedimento de “Análise de Conteúdo”. Conforme Ghiglione e Matalon (2001) esta técnica se aplica nas esferas político-sociais, econômicas e terapêuticas. Seus campos de usos específicos são:

- 1-Analisar características do texto enquanto tal (plano horizontal);
- 2-Analisar causas e antecedentes da mensagem (plano vertical);
- 3-Analisar os efeitos de comunicação.

No caso da presente pesquisa, salienta-se a importância do terceiro item, uma vez que os *cosplayers* podem ser, e quase sempre o são, resultantes das produções midiáticas, tal como foi anteriormente dito. Para operacionalizar o material, levou-se em consideração a observação feita por Bauer (2000) de que a análise de conteúdo é um método/técnica que depura textos baseados em uma tríade de mediação simbólica:

símbolo como representação do mundo; símbolo que possui uma origem; símbolo que é remetido às outras pessoas. Derivado disso, pode-se pensar que as alegações das entrevistas são registros simbólicos já que os mesmos são constituídos por teores abstratos que são transmitidos aos pares de uma comunidade humana.

Tais transmissões, no caso das entrevistas apoiadas em roteiro semi-estruturado, como é o caso da pesquisa que aqui se relata, tem sido tradicionalmente transcritas e transformadas em textos (Flick, 2004). Desta maneira, estas anotações são vistas como documentos textuais legais sobre algum aspecto da vida dos seres humanos.

Como tais características, esses documentos são passíveis de serem submetidos à análise de conteúdo. Conforme afirma Bauer (2000), esta referência metodológica possui diversas correntes teóricas-técnicas em seu bojo. Para o desenvolvimento deste trabalho foi escolhido o procedimento que Hiernaux (1997) chama de “Análise de Conteúdo Estrutural”.

Segundo este último autor, trata-se de encarar os conteúdos como algo que não são necessariamente nem textos e nem discursos. Eles são o que há por dentro. Escritos e argumentos são apenas os receptáculos, isto é, modos de expressão, manifestações. O objeto da análise de conteúdo são redundante e simplesmente o que está aí contido. Em outras palavras os teores são os sentidos do texto, uma percepção sobre um tema, que deve apresentar alguma forma de relação com determinado comportamento.

Assim, pode-se afirmar que significados acerca de algo podem formar modelos culturais, originários do meio social e sendo frequentemente reproduzidos por efeitos de restrição social e efeitos psico-afetivos. Como a via de encaminhamento destes sentidos são os símbolos, eles podem ser caracterizados como uma fração importante e influente da atividade psíquica humana.

Eles têm a força para, em parte, modular, em determinado contexto, o que vem a ser a atitude e conduta das pessoas dentro de um grupo. Por isso Hiernaux (1997) entende que o mapeamento dos conteúdos deve ser realizado como sendo um esboço simbólico-comportamental. Por conta disto este tipo de análise foi escolhida.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A apresentação dos resultados é feita a partir desse ponto, destacando-se, de início, as informações objetivas fornecidas pelos participantes sobre suas práticas de *cosplay* – dados esses que são essenciais para a sua caracterização. A seguir são apresentadas e analisadas as respostas fornecidas pelos participantes às questões que envolviam aspectos motivacionais, comparativos ou opinativos, principalmente sobre as repercussões da prática em suas vidas e em seus relacionamentos. Ao analisar a seguir os dados que possibilitam expor algumas conclusões, é interessante lembrar uma afirmação de Tajfel (1982a, p. 32-33):

“Portanto, a descrição das condições duma experiência tem de incluir a análise ou a descrição daqueles aspectos do contexto social que o investigador considera relevantes para as conclusões que retira; do mesmo modo, qualquer conclusão sobre a confirmação ou invalidação das suas hipóteses tem que recorrer àquelas condições”.

Neste sentido, tentar-se-á seguir esta regra durante a apreciação dos resultados e sua discussão. Os dados que aparecem a seguir foram extraídos das respostas às entrevistas e são elucidados levando em consideração o que preconiza Hiernaux (1997) sobre a formação das categorias estruturais, como poderá ser visto nos quadros abaixo. É necessário lembrar que esta perspectiva não tende a universalizar os resultados, podendo haver variadas interpretações decorrentes de outras visões científicas como estabelece o construcionismo social (ver em Magalhães Néto, 2008).

A ênfase esteve sempre na busca de elementos que pudessem indicar sentidos na constituição da identidade social deste conjunto de pessoas. O quadro abaixo (nº 2) indica as produções de cada um dos *cosplayers*, destacando o personagem objeto do *cosplay* e o produto no qual tal personagem figura. O nome original em japonês da produção está entre parênteses na terceira coluna, à direita.

Conforme visto no capítulo anterior, o delineamento desta pesquisa tem a característica qualitativa. Desta feita foi necessária a tomada de decisão levando em conta o discurso, os argumentos dos informantes sobre o fenômeno e a prática em si. Sendo assim, a deliberação foi a de conferir e extrair das falas deles extratos que pudessem determinar algum sentido na constituição da identidade social deste conjunto de pessoas.

Quadro 2 - Produções dos Cosplayers

Cosplayer	Personagem Objeto de Cosplay	Produto no qual a Personagem Figura
1 (Feminino)	Oruha	Clover (Kurōbaa)
2 (Feminino)	Ichihara Yuuko	Tsubasa: RESERVoIR CHRoNiCLE (Tsubasa Rezaboa Kuronikuro)/xxxHolic (Horikku)
3 (Feminino)	Kyo (vocalista)	Banda Dir en Grey (Diruangurei)
4 (Masculino)	Yukishiro Enishi	Samurai X/Rurouni Kenshin (Meiji Kenkaku Romantan)
5 (Masculino)	Sakurazuka Souchiro	X-1999 (X Ekkusu)
6 (Masculino)	Akabane Kuroudo	Get Backers (Gettobakkāzu Dakkanya)
7 (Masculino)	Mirok	Inu-Yasha (Sengoku Otogi Zoshi Inu Yasha)
8 (Masculino)	Li Syaoran	Card Captors Sakura (Kādokiaputā Sakura)
9 (Masculino)	Vash, The Stamped	Trigun (Toraigan)
10 (Masculino)	Urahara Keisuke	Bleach (Burichi)
11 (Feminino)	Tahuya	Naruto (Naruto)
12 (Feminino)	Agente da Anbu	Naruto (Naruto)

Ainda no quadro n° 2 acima se tem a distribuição dos informantes, sete do gênero masculino e cinco do gênero feminino. Apresenta-se a seguir os registros dos créditos de autoria dos produtos, e portanto, das personagens que serviram de inspiração para os *cosplayers* entrevistados.

Quadro 3 - Origem dos Cosplays

Produção	Autor (es)	Mídia: Editora/Produtora
1- Clover (Kurōbaa)	CLAMP	Kodansha/Madhouse (TV)
2- Tsubasa: RESERVoir CHRoNiCLE (Tsubasa Rezaboa Kuronikuro)/xxxHolic (Horikku)	CLAMP	Kodansha/Bee Train (TV)/ Production I.G (Cinema)
3- Banda Dir en Grey (Diruangurei)	Kyo, Kaoru, Die, Toshya e Shinya	Firewell (Sony Music Japan)
4- Samurai X/Rurouni Kenshin (Meiji Kenkaku Romantan)	Watsuki Nobuhiro	Shueisha/Studio Gallop (TV/Cinema)/Studio Deen (TV/Cinema)/Fuji TV
5- X-1999 (X Ekkusu)	CLAMP	Kadokawa Shoten/Madhouse (Cinema)/Madhouse (TV)/WOWOW (TV)
6- Get Backers (Gettobakkāzu Dakkanya)	Aoki Yuya e Ayamine Rando	Kodansha/Studio Deen (TV)
7- Inu-Yasha (Sengoku Otogi Zoshi Inu Yasha)	Takahashi Rumiko	Shogakukan/Sunrise (Cinema)/Animax (TV)/Nippon TV/Yumiuri TV
8- Card Captors Sakura (Kādokiaputā Sakura)	CLAMP	Kodansha/Madhouse (Cinema)/ NHK (TV)
9- Trigun (Toraigan)	Nightow Yasuhiro	Tokuma Shoten/Madhouse (TV)/TV Tokyo
10- Bleach (Burichi)	Kubo Tite	Shueisha/Studio Pierrot (TV/Cinema)/TV Tokyo
11- Naruto (Naruto)	Kishimoto Masashi	Shueisha/Studio Pierrot (Cinema)/Animax (TV)/TV Tokyo
12- Naruto (Naruto)	Kishimoto Masashi	Shueisha/Studio Pierrot (Cinema)/Animax (TV)/TV Tokyo

Conforme visto acima, dez *cosplayers* se originaram de personagens advindos de mangás e/ou animes. Sendo os dois restantes: n° 3 e n° 6, *cosplayers* de um vocalista de banda de J-Rock (Kyo) e de um *cosplay* utilizado em *cross-over*, uma estória paralela tendo como foco um objeto inanimado (Akabane Kuroudo e a “lata de refrigerante”).

Dos doze (12) *cosplayers* entrevistados, somente dois informantes usaram trajes de uma mesma obra, no caso: *Naruto*. No entanto, quatro dos informantes confeccionaram vestimentas de que eram originários personagens do grupo *CLAMP*. Afora estes agrupamentos, os demais apresentaram performances diversificadas (ver

quadros nº 2 e nº 3). No Anexo IV o quadro nº 14 mostra outros *cosplays* feitos por estes *cosplayers* em outras ocasiões.

Todos os outros personagens interpretados possuem alguma presença no Brasil. Os animes *Trigun* e *Get Bakera* são exibidos apenas em canais de televisão por cabo. Sendo que apenas a segunda obra não teve seus mangás publicados no Brasil. Os demais são comercializados por editoras (*Bleach*, *Card Captors Sakura*, *Inu-Yasha*, *Naruto*, *Samurai X*, *Trigun*, *Tsubasa: RESERVoIR CHRoNiCLE*, *xxxHolic* e *X-1999*), e em alguns casos já foram exibidos na televisão (*Card Captors Sakura*, *Inu-Yasha*, *Naruto* e *Samurai X*).

De todas as produções mencionadas, apenas duas não estrearam no meio midiático nacional: o mangá/anime *Clover* e a Banda de J-Rock *Dir en Grey*. As únicas maneiras de entrar em contato com estas obras são através da internet, como por exemplo, pelo *site* de *fansub*: <http://www.hirameki-fansubs.net/> (2006) ou por rádios virtuais como a Rádio AniMIX: <http://www.radioanimix.com.br/> (2006). A outra maneira é a importação destes materiais através de revistarias, livrarias ou lojas de CD's.

Os *fansubs* são *sites* onde os fãs se reúnem para fazerem a tradução e legendamento dos animes e mangás que não estão disponíveis no mercado brasileiro. Geralmente as pessoas que trabalham neste tipo de serviço, o fazem para divulgar o trabalho de algum autor, ou difundir determinada produção como anime. Não há cobrança pelo serviço. O informante nº 5 diz: “*E tem caso também de brasileiros que pegam direto do Japão. Eles pegam por vontade própria, o grupo traduz e eles disponibilizam na internet. É, de fã pra fã*”. Efetivamente, a atividade pode ser entendida como um lazer, ou um benefício de um “fã para outro fã”, caracterizando-se como coletar animes/mangás da internet e adaptá-los ao meio nacional a partir da tradução e legendamento.

Não há dúvidas, no entanto, de que se trata de atividade ilegal, passível de ser caracterizada como pirataria. A utilização de *fansubs* remete ao uso da internet que, por ser um espaço quase público e quase livre acaba se caracterizando como ambiente propício para a veiculação de informações sobre manufatura dos *cosplays*. Neste sentido cita-se aqui o *site* <http://www.cosplaybr.com.br/> (2006), que é tido como a maior concentração virtual de *cosplayers* no Brasil. Neste espaço, além do registro de eventos, há trocas de fotografias e dicas de como fazer um bom *cosplay*.

Embora seja um meio importante para contatos entre eles, a internet, ao menos para este grupo, não aparece como principal veículo de difusão de exemplos e técnicas para a produção de *cosplay*. A informante nº 1 fornece um exemplo típico:

”Eu acho a internet um meio de, é um meio de busca... a internet também me faz conhecer gente nova. Eu me cadastrei num site de cosplay também no site do cosplay Brasil eu acho que tem, né? Eu tô lá, não tem nenhuma foto minha ainda, não tem nada, mas aquele é um site de busca pra cosplays então você procura assim nomes, no caso você procura um grupo ali manda um e-mail para pessoas mas assim, no mais de gente é no Orkut, né?”.

O informante nº 4 fornece outro exemplo de que a utilidade da rede ultrapassa a busca por *cosplays*: *“Mas quando vai ter alguma coisa do tipo de um evento eu uso pra ver a roupa que eu vou fazer. Tipo é uma vez por mês, uma vez por semana... tipo, mas eu quase nunca entro na internet prá procurar cosplay”.*

Como lembra Guimarães Junior (2004), as pessoas cada vez mais buscam socializarem-se através de programas virtuais. Esta realidade ajuda a entender a falta de motivação do grupo pesquisado para ficar mais tempo *on-line* preocupando-se com *cosplays*. Embora uma parte considerável dos participantes (nove pessoas) admita ficar “muito tempo” em acesso à rede virtual, apenas um terço (quatro pessoas) o faz tendo como objetivo os *cosplays* como se pode ver no quadro nº 4 abaixo.

Quadro 4 - Importância do Cosplay no Uso da Internet

Sujeito	Tempo de uso*	Importância do Cosplay
1	Muito tempo	Muito importante
2	Muito tempo	Muito importante
3	Muito tempo	Pouco importante**
4	Pouco tempo	Pouco importante
5	Bastante	Muito importante
6	Bastante	Muito importante
7	Muito tempo	Pouco importante
8	Muito tempo	Pouco importante
9	Muito tempo	Pouco importante
10	Muito tempo	Pouco importante
11	Pouco tempo	Pouco importante
12	Muito tempo	Pouco importante

*Não quantificado;

**Refere-se ao uso da internet tendo como foco os *cosplays* somente próximo de um evento.

O meio virtual pode ser mais utilizado para contatos do que para qualquer outro tipo de ação (Garbin, 2003; Guimarães Junior, 2004; Nicolaci da Costa, 2002). No entanto, buscar apetrechos e informações sobre personagens também pode facilitar o contato entre as pessoas. O entrevistado n° 10 confirma tal possibilidade:

“Até acontece, tipo tem um amigo meu, da internet, sabe pelo MSN? Aí a gente se conhece faz um bom tempo... só que eu moro aqui e ele no Rio de Janeiro... aí a gente tá até vendo se dá pra combinar de ir de cosplay pro Animecon, ou Animefest, ou Animefriends, talvez”.

Relembrando Barral (2000) e sua síntese sobre a importância do virtual na vida das pessoas durante este período moderno, há de se levar em consideração que embora as distâncias físicas entre as pessoas possam estar diminuindo com a tecnologia, isto também pode criar novas barreiras psíquicas. Um exemplo se dá quando ocorre exacerbada motivação para que o contato entre as pessoas seja baseado primordialmente no artificialismo tecnológico, mais do que na tradicional proximidade entre as pessoas (Ogino, 2004).

No Japão este fenômeno recebe o nome de *Hikikomori*, que significa “estar excluído” (Habuchi, Dobashi, Tsuji & Iwata, 2005; Masataka, 2000; Ogino, 2004; Sakamoto, Martin, Kumano, Kuboki & Al-Adawi, 2005). Esta síndrome, que é tratada como caso de saúde pública no oriente, tem como principal característica o isolamento de jovens, na faixa etária de 18 a 29 anos de idade, nas casas de seus pais, associado à inatividade profissional. Eles se apegam às tecnologias mais modernas e evitam contato com outras pessoas, mantendo-se solteiros por muito tempo. Conforme Barral (2000), os *otakus/otomes* são jovens que, no Japão, sofrem de *Hikikomori*.

Diante de tal situação, buscou-se verificar quando e em que contexto se deu o primeiro contato dos participantes da pesquisa com mangás e animes e com a temática do *cosplay*. As informações obtidas são apresentadas nos quadros que se seguem (n° 5 e n° 6).

Quadro 5 - Tempo de Contato com Mangás e Animes

Sujeito	Lê Mangás	Vê Animes	Exemplos
1	Sim (3 anos atrás*)	Sim (desde criança)	Peach Girl (mangá) e Guerreiras Mágicas de Rayearth (anime)
2	Sim (3 anos atrás)	Sim (desde criança)	xxxHolic (mangá) e Live or Die (anime)
3	Sim (1 ano atrás)	Não atualmente (começou desde criança)	Tókyo-Babillon (mangá) e Pokémon (anime)
4	Sim (-)	Sim (desde criança)	Dragon Ball Z (mangá) e Samurai X (anime)
5	Sim (6 anos atrás)	Sim (desde criança)	Death Note (mangá) e Karekano (anime)
6	Sim (-)	Sim (desde criança)	Slum Dunk (mangá) e Bleach (anime)
7	Sim (4 anos atrás)	Sim (desde criança)	Tsubasa: RESERVOIR CHRONICLE (mangá) e X-1999 (anime)
8	Não	Sim (desde criança)	Sakura Card Captors (mangá) e Sailor Moon (anime)
9	Sim (1 ano atrás)	Sim (desde criança)	Shaman King (mangá) e Megaman (anime)
10	Sim (5 anos atrás)	Sim (desde criança)	Dragon Ball (mangá) e Cavaleiros do Zodíaco (anime)
11	Não atualmente (começou há 2 anos atrás)	Sim (desde criança)	One Piece (mangá) e Hellsing (anime)
12	Sim (-)	Sim (-)	Fruits Basket (mangá) e Naruto (anime)

*Tempo decorrido até a entrevista;

Quase todos os participantes lêem mangás, sendo exceção única o entrevistado nº 8 (existindo ainda um caso de participante que declarou não ler atualmente). O quadro nº 5, acima, mostra que a leitura de mangás iniciou-se na adolescência dos *cosplayers*, considerando-se aqueles que relataram quando começaram a ler as revistas. Os exemplos de mangás e animes, foram selecionados aleatoriamente pelo entrevistador e foram verbalizados pelos informantes durante as entrevistas.

Com relação aos animes, a grande maioria (onze entrevistados) respondeu que “desde criança” assistem exibições deste tipo na televisão. Somente a informante nº 12 não fez qualquer afirmação sobre o início deste hábito. Os elementos acima apresentados permitem assinalar que estes hábitos podem ser interpretados como

relacionados à formação de uma subcultura juvenil, seguindo as proposições de Elias (1994) e Pedersen (1994).

Quadro 6 – Categorias de Situações Reconhecidas pelos Participantes como Sendo o Primeiro Contato com o “Mundo Cosplay”

Sujeito	Categoria	Idade na época
1	Assistindo TV (anime)	10 anos
2	Lendo revista sobre animes	15 anos
3	Lendo revista/Internet em seguida	17 anos
4	Lendo revista/Já via anime	12 anos
5	Assistindo TV/Internet a seguir	12 anos
6	Lendo revista/Internet a seguir	9 anos
7	Lendo revista	14 anos
8	Navegando na Internet	11 anos
9	Assistindo evento de cosplay com amigos	17 anos
10	Lendo revista	12 anos
11	Navegando na Internet	14 anos
12	Assistindo TV/Internet a seguir	Imprecisa

Como acima exposto no quadro nº 6, fica evidente pelas respostas que o contato com o “mundo cosplay” foi mediado. Decorrido este fato, em quase todos os casos, por veículos de comunicação dedicados especificamente aos mangás e animes. O tipo mais freqüente de contato inicial com o *cosplay* ocorreu a partir de matérias publicadas em revistas (magazines) consagradas ao universo dos mangás e animes.

O contato inicial com o *cosplay* surpreendeu os entrevistados (alguns relataram que acharam curioso, mas julgaram que se tratava de “coisa de revista”), mas gerou interesse em conhecer melhor a manifestação, levando-os à internet e ao conhecimento sobre os eventos. Apenas um entrevistado foge do padrão de contato inicial via TV, revista ou meio eletrônico, e afirma ter conhecido o *cosplay* diretamente em um evento ao qual compareceu com amigos.

A idade mencionada como aquela em que ocorreu o contato inicial variou de nove a 17 anos, abrangendo infância e adolescência. Não há qualquer diferença regular em relação à situação de conexão inicial ou em relação à idade na qual se deu tal ligação associada ao sexo do entrevistado.

Apesar da proximidade dessa experiência de fantasiar-se de uma personagem com o uso de vestimentas durante o carnaval brasileiro, lembrando que a prática de travestir os filhos em tal ocasião é muito comum na cultura do país – e isso chegou a ser mencionado por alguns entrevistados, apenas dois participantes (nº 1 e nº 12) tocaram

no assunto. Sendo que um deles o fez apenas para argumentar ser muito diferente fantasiar-se para participar do carnaval e fazê-lo para apresentar uma performance relacionada à personagem retratada ou até homenageada na vestimenta.

De qualquer forma, existe a possibilidade de que a experiência infantil com fantasias possa representar contribuição para a reação emocionalmente positiva que o travestir-se pode gerar, mesmo para entrevistados que não explicitaram tal possibilidade, lembrando que ela não foi diretamente indagada. Uma única entrevistada (n° 1) mencionou o uso de fantasia durante um evento que não tem tradição na cultura brasileira, mas que vem ganhando adeptos principalmente em certas escolas: a festa de *Halloween*.

Não se pode ignorar que um fator possivelmente relacionado ao interesse pelas personagens e o sentimento positivo ligado ao seu universo é a realidade de contínua exposição aos materiais da cultura pop japonesa no Brasil. O quadro n° 5, anteriormente apresentado, é fonte de interesse específico para o tema justamente por colocar à vista o tempo de contato que os informantes mantêm com estes itens. Talvez pelos mangás serem uma mídia mais nova, a média de tempo de leitura deles pelos informantes seja tão baixa. A maioria os lê somente há no máximo seis anos, mas o contato com os animes ocorre desde quando diversos participantes eram crianças.

Os animes revelaram-se preferência de todos os *cosplayers* entrevistados. Quase unanimemente citaram o hábito de assistir animes desde a infância. Pickering e Keightley (2006) explanam sobre o sentimento de nostalgia que os antigos costumes provocam. Entre eles, sem dúvidas os animes exibidos durante a minoridade destes *cosplayers*, como assinalado na entrevista n° 2: “*Ah eu gostava. E quando você vai conversar com as pessoas que tem a mesma idade que você, ‘oh você lembra daquele desenho que passava na Manchete?’*, aí ‘*lembro!*’. *Aí fica aquela coisa né? Volta no tempo conversando*”. Levando-se em consideração que o hábito de ver animes é mais antigo do que o de ler mangás, talvez a leitura tenha sido estimulada pela exibição das produções televisivas, fortalecendo o vínculo com este tipo de produção.

Zuin (2001) entende que a indústria cultural atinge seus objetivos quando consegue impor de forma sutil o incremento de algum tipo de produto pela maior parte do tempo possível, mas que também há necessidade de substituição do material exposto. Isto assegura a continuidade do procedimento de dominação. O que se vê é justamente a “linha de montagem” da cultura de massas se empenhando em manter o consumidor atado à sua mercadoria.

Neste caso específico trata-se de consumir a cultura popular japonesa que se espalha ao redor do mundo conforme informam Goldstein-Gidoni (2005) e Skov (1996). A globalização que ocorre nos últimos 20 anos facilitou o acesso às mais diversas culturas, e talvez pelo Japão ainda permanecer envolto por uma tênue brisa de curiosidade pelos ocidentais, isto desimpediu o redescobrimto deste país. Com o livre-mercado vigorando diretamente entre a América do Norte e a Ásia, a expansão japonesa se dá de maneira mais vigorosa do que a de outros países daquela região.

Esta demanda e a aceitação pelas pessoas desta cultura que lhes é externa através da literatura são chamadas por Goldstein-Gidoni (2005) de *nihonjinron*. Parte do princípio de que existe certo nível de empatia com os costumes nipônicos. Os indivíduos passam a adquirir e aprender alguns hábitos que vão desde o estudo do idioma (*nihongo*) até o aprendizado da arte dos arranjos de flores (*Ikebana*). Na entrevista n° 2 verifica-se um exemplo:

“Aí depois ouvi música, e ouvi música em japonês, aí meu pai, meu pai falava assim ‘ela quer fazer aula de japonês’ aí minha mãe foi contra no começo ‘ah prá quê fazer isso, você não sabe falar japonês’ e tal, hoje ela adora, e meu pai ‘não... ela sabe falar japonês’, fala prá todo mundo, maior orgulho... pena que eu tive que parar, mas eu vou voltar em janeiro, de novo. Aí eu falei japonês, aí tá tudo tranqüilo. (...) Aqui em Vitória tem a associação nikkei. Eu quero voltar prá fazer aqui o curso de japonês. Tem uns festivais legais de yakisoba”.

Na impossibilidade de viver genuinamente o padrão japonês, as pessoas têm que fazer esforço para transcender seu cotidiano e enxertar pontualmente fragmentos que façam a diferença entre ambas as formas de vida social (a japonesa e a sua). Isto, por sua vez, incrementa a difusão dos produtos orientais fazendo-os propagarem-se ainda mais (Goldstein-Gidoni, 2005; Gwilt, 2006; Kawamura, 2006).

Não se pode deixar de considerar aspectos técnicos da própria estrutura das narrativas dos mangás e dos animes como fatores que colaboram para o sucesso da mencionada difusão. Como afirmam Steinberg (2006) e Lamarre (2006) a forma de segmentação tão particular das histórias nos mangás e dos animes fazem com que se prevaleça a atenção do consumidor sobre estes produtos. Com o adendo de expor em maior nível a dramaticidade e mesmo a sensualidade das personagens (Lamarre, 2006).

A estória transcorre em condições muito dinâmicas, e com isso os leitores de mangás têm sua atenção retida pelo *layout* das páginas, que lembram a montagem dos filmes de ação. Isto dá uma contínua impressão de que há movimentação de forma constante das personagens (Steinberg, 2006). O que pode evidenciar certa influência como visto na verbalização do informante nº 10:

“Quando eu penso em Bleach, eu penso em Urahara Keisuke, por que eu acho ele muito maneiro, eu acho ele o cara mais legal do desenho todo... é claro que prá fazer cosplay não precisa ter semelhança física, o cara é alto, magro... não tem... eu faço cosplay por que eu gosto daquele cara. Eu falo ‘eu acho aquele cara maneiro eu vou fazer o cosplay dele’”.

Utilizados como estratégia de expansão cultural (Harrington & Bielby, 2005; Yanaze, 2002), principalmente os animes são tidos como a marca da cultura popular japonesa no modernismo. Kane (2006) diz que os animes varreram primeiramente o extremo oriente asiático como uma moda consolidada antes de cair no gosto popular dos mais diversos povos ocidentais.

Para este último autor, os japoneses fazem o mesmo que os norte-americanos com as obras de *Hollywood*, isto é, difusão em massa. Este é um fator adicional a considerar na explicação da adesão dos consumidores deste tipo de mídia, em articulação com características diferenciadas das narrativas e dos personagens.

O passo seguinte, em termos da análise dos dados, foi considerar os motivos apontados pelos entrevistados como importantes para a sua deliberação de tornar-se um *cosplayer*. É importante lembrar que a decisão, quase sempre, foi precedida de contato com mangás e animes e, portanto, com suas personagens que apresentam características psicológicas mais elaboradas e mais geradoras de identificação do que aquelas das personagens de quadrinhos e desenhos ocidentais, que são mais infantilizadas.

Diante do questionamento sobre aspectos motivacionais que reconhecem como importantes para terem tomado a decisão de fazer *cosplay*, o aspecto mais mencionado, nove entrevistados o citaram explicitamente, foi o do prazer de estar representando, desempenhando um papel (a entrevistada nº 1, chega a brincar dizendo que é uma “atriz frustrada”).

Esse aspecto implica alguns outros, também mencionados: a) identificação com a personagem objeto do *cosplay* (não necessariamente por se considerar semelhante a

ela, mas também por achá-la interessante, instigante); b) satisfação com as formas de reconhecimento que a performance obtém, tais como elogios, reações de surpresa, pedidos para tirar fotos e, c) o desafio em termos de criatividade que representa a busca de elementos para uma caracterização mais perfeita.

Trata-se, portanto, de atividade social, na qual o contato com outras pessoas é componente essencial. Fala-se também da convivência com os amigos com os quais partilham as atividades como sendo um dos aspectos motivacionais primordiais. Afirma-se também em fazer novas amizades, o que reconhecem que de fato ocorre no contexto de *cosplay*. Alguns entrevistados (n° 5 e n° 10, por exemplo) mostraram-se bastante tímidos e o fato do desempenho como *cosplayer* representar um momento de desinibição, um instante em que se soltam, também foi mencionado.

É muita clara a atmosfera de prazer e satisfação em que a atividade se desenvolve, o que compensa os custos financeiros envolvidos, como foi assinalado nas entrevistas. Nenhum entrevistado mencionou algo como fazer *cosplay* de maneira a afrontar ou incomodar outros, embora vários deles percebam o estranhamento que sua atividade causa em algumas pessoas.

Na perspectiva de Tajfel (1982a, 1982b) o aspecto afetivo é essencial para que as pessoas permaneçam em um grupo. Lopes (2002) entende que a afetividade solidifica a motivação das pessoas para buscar apoio social. Embora de orientação cognitivista, esta teoria da identidade social demonstra que quando o indivíduo tem a percepção de que um grupo possa ser mais acolhedor que outro este se torna o seu *ingroup*. É como fica exposto na entrevista n° 7:

“Eu conheci uma pessoa só, essa pessoa falou aí eu fui até lá, conheci o pessoal, tanto que no primeiro encontro eu fiquei assim, não conhecia ninguém, mas depois foi se soltando, foi trocando idéias, foi todo mundo se juntando e vai aumentando cada vez mais esse grupo, então...”

Este pode ser considerado um efeito de comparação social, em que um membro de um grupo o coteja com outros agrupamentos (Tajfel, 1982b; Turner, 1975). Assim, as pessoas avaliam em que condições podem permanecer em seu grupo (*ingroup*) ou partir para os outros (*outgroup*). Conforme o exemplo da entrevista acima, a adesão ao grupo de *otakus/otomes/cosplayers* se deu desta forma.

De acordo com Operário e Fiske (1999), a teoria da identidade social foi formulada considerando três pontos básicos: a) as pessoas são motivadas por seu autoconceito positivo; b) o autoconceito deriva em grande parte da identificação que existe com o grupo; c) a comparação entre os grupos tende sempre a favorecer o *ingroup*, exceto nos casos em que o mesmo venha a adquirir características extremamente desvalorizadas na sociedade ou na cultura.

Destas premissas básicas pode-se perceber que levando em conta os pontos comuns nas entrevistas, os *cosplayers* foram motivados por sentimentos positivos que os fizeram buscar se incluírem neste grupo específico. Uma vez parte do grupo, seu autoconceito e seu sentimento de pertença mantêm-se conceitual a ponto de os fazerem permanecer no mesmo. Como foi dito anteriormente, a comparação facilita o processo de identificação com o *char* (forma usual do *cosplayer* designar uma personagem – do inglês *character*) e, por conseguinte, contribui para que a pessoa continue a prezar por sua permanência ali.

É certo que a viabilização de sua permanência contribui para valorizar, assim como se nutre de tal valor, o interesse pelas vestimentas dos *cosplays* e também pelo conhecimento derivado do *char*. Entende Carvalho Junior (2002) que o “herói”, ou qualquer outra personagem, podem ter atributos que promovam vínculos afetivos com as pessoas. Neste sentido, a personagem enaltecida pode ser percebida como categoria a ser considerada para a compreensão da identidade social.

A “Interpretação” (fantasia somada a performance) que o *cosplayer* dará ao *char*, em associação com as repercussões positivas entre os componentes da assistência, especialmente os amigos, é mais um aspecto motivador para o reconhecimento da identidade social própria deste grupo e para a sensação de pertença a ele.

Os amigos do grupo podem ser decisivos na escolha da personagem a ser interpretada. Como dentro dos grupos existem trocas simbólicas, as amizades podem influenciar até mesmo nos maneirismos da interpretação, embora o ideal seja que o *char* deva ser representado da forma mais realística possível.

Para tanto, é imprescindível que a pessoa conheça a estória do personagem almejado (para entender o enredo de cada estória dos *cosplays* deste trabalho ver Anexo V), e não somente suas roupas e apetrechos. A saga que o *char* escolhido percorre é a essência para a identificação com o mesmo, e é a partir da narrativa que o indivíduo se identifica com o “herói” e se decide pelo *cosplay*.

Zimmerman (1998) percebe a identidade como sendo uma variável independente no que se refere à estruturação de algum ato discursivo. Esta ação por sua vez, promove a interação e a formação deste construto, a partir do contexto. Complementando com os preceitos de Mendes (2005), a narrativa da estória da personagem é o que efetiva a identificação e o surgimento da identidade, visto que o discurso para Zimmerman (1998) é a base para esta categoria.

Contrapondo-se a isto, Doise (1998) propõe que a identidade pessoal pode ser considerada como uma representação social, uma organização das posições dos princípios individuais em um conjunto de pessoas. A identidade pessoal está “ancorada” no grupo. Neste sentido essa ancoragem fornece o surgimento de uma categoria mais ampla que é a identidade social.

Enquanto Zimmerman (1998) entende que este construto está fincado no discurso, (Doise, 1998) afirma que o seu surgimento depende das relações interacionais tendo como início o próprio indivíduo e a busca de sua função dentro do grupo. De qualquer maneira, é inconteste que ambos percebem que são as atividades interativas aquelas que formam a identidade social (Tajfel & Forgas, 1981), tendo como origem a linguagem articulada, que facilita a formação identitária, e a noção de prática partilhada que é uma das sedes do conceito de grupo social.

Utilizando a idéia de Doise (1998) de que a identidade social está firmada em um grupo, esta ancoragem também se dá por este vínculo passional que a cultura de massas nunca permite que esmoreça (Fabiano, 2003; Goldstein-Gidoni, 2005; Harrington & Bielby, 2005; Pickering & Keightley, 2006; Yanaze, 2002). Isto é bem posto pelos argumentos das entrevistas n° 9 e n° 11 respectivamente:

“Ah... assim, eu escolhi mais por causa do colega que falou que era legal, aí eu fui vendo os episódios do anime, vendo a estória, aí eu achei ele bem parecido comigo. Aí eu achei legal fazer um personagem que parece comigo”.

“É, o que chamou a atenção nela é que ela toca flauta, aí assim ‘puxa ela toca flauta’ e assim, eu também gosto muito de música, e a vila dela é até a vila do som, aí assim, puxa eu faço música, sou musicista, então vou fazer o cosplay da Tahuya, toca flauta, que vai ficar até mais original, e também por quê eu gosto da Tahuya(...)”.

Moliner (1996) afirma que a imagem tem um poder tamanho que pode fazer a pessoa atuar sob seus desígnios. A interpretação é um dos meios pelo qual a percepção humana filtra o sentido da imagem. Esta capacidade analítica nada mais é que uma função simbólica transformada em comportamento, o que converge com as teses de Bruner (1997) sobre a importância da instância dos símbolos no cotidiano das pessoas.

Portanto, o envolvimento afetivo positivo (“Gostar do Cosplay” e “Gostar de Interpretar”) dispensado à atuação como *cosplayer* passa a fazer sentido para as pessoas porque sua imagem está compacta com a do *char*. Como a uma pessoa que se vê no espelho, mas além de sua imagem percebe um “Outro” em si, este sim a personagem. O afeto positivo facilita a busca pela vestimenta mais perfeita e por uma atuação impecável.

Isto deixa claro que as ações e sentimentos ocorrem em contexto de diversão, de satisfação, de interação entre pares, o que fortalece o apego ao grupo. Paradoxalmente, o bom gosto dos *cosplayers* e a procura da significação para seus hábitos e talvez a competição, em alguns casos, fazem com que se tornem exigentes para consigo e para com os outros companheiros. Essa exigência é visível, por exemplo, quando manifestam preocupação com a possível banalização de sua “arte”. Isto pode ser visto em momentos das entrevistas nº 4 e nº 12, respectivamente:

“Não, tem gente que só vai assim por que é mais engraçado, teve um lá por exemplo, foi o Seya de Pegasus, pegou uma camiseta vermelha... uma é, uma calça jeans e uma máscara daquelas que vendia no Gugu, do Cavaleiros do Zodíaco e colocou...”.

“Gundam Wing, eles são mechas, que são robôs, ele pegou uma caixa que tava jogada num canto, fez um desenho no olho, furou, e colocou assim na cabeça, pegou a garrafa petty e enrolou assim na mão mesmo e foi lá prá frente... aí ganhou (...) pessoal ficou puto... mas hoje ele é meu amigo, gosto muito dele”.

Assim, neste ponto, talvez a representação da identidade social dos *cosplayers* fique deturpada e, de acordo com o que Doise (1978) e Moliner (1996) cogitam, passaria a haver risco de enfraquecimento deste construto. Esta ruptura da imagem pode

prejudicar o conjunto de cognições que sustentam a categorização social e a comparação social.

Mesmo com a possibilidade de um *cosplay* não ficar bem feito, a fala dos entrevistados reafirma a idéia de um “trabalho de criatividade”, que preconiza a junção do gosto pelo *char* e a engenhosidade de improvisar a vestimenta e os apetrechos, algo que parece ser prazeroso a eles.

A menção reiterada ao apoio dos amigos e à satisfação com o reconhecimento dos demais participantes mais uma vez remete ao *ingroup*, uma vez que é uma forma de evidenciar a necessidade de uma platéia “apropriada”, “conhecedora”, que forneça a sustentação social que provavelmente não existiria se estivessem em outro aglomerado de pessoas.

Em outras palavras, só há sentido em utilizar os *cosplays* no ambiente dos eventos, locais também das interpretações das estórias. O quadro nº 15 no Anexo IV exhibe a quantos e a quais eventos os informantes compareceram com seus *cosplays*. Todos eles participaram destas reuniões no estado do Espírito Santo e alguns também estiveram em eventos que ocorreram em outros estados brasileiros. Em tais eventos, os concursos de *cosplayers* servem como encorajamento para sua participação. A atmosfera desses eventos é descrita pela entrevistada nº 12:

“Aí tem exposição de anime, tem gente vendendo bugiganga... tem miniatura, tem revista, tem o animekê que é uma das coisas mais divertidas que tem. É, você canta uma música de abertura e você leva assim num CD prá cantar, e eu acho muito divertido. (...) Tem bastante... tem muita coisa. Tem oficina de desenho também... Não! Nossa! Tudo de uma vez, tudo de uma vez. Ai às vezes tem workshop, palestra, nos grandes, nacionais, palestra, muito legal... é eu acho legal... por que tem muita coisa... aí eles têm dubladores que vão se apresentar lá... aí eles fazem os eventos...”

Mais especificamente, sobre a importância das músicas e a formação da identidade social em um *locus* específico, pode-se enunciar que as melodias também parecem fortalecer a comunhão nos encontros juvenis (Hall, 2002; Ruud, 1995). Estes eventos outrossim servem para a socialização dos *otakus/otomes/cosplayers*. Mesmo com vários locais para diversão e encontros, este grupo sente-se mais que um aglomerado quando se reúne para comungar de suas experiências com essas mídias

(animes, mangás, *animesongs* e *games*). O que é exposto na entrevista n° 4 complementa estas alegações:

“eram um pessoal que gostava, curtiam anime, mangá... pôxa... tipo onde eu morava, eu e meus dois amigos eram normalmente os que gostavam. Mas nunca pensávamos em ir a algum evento de cosplayers, aí depois que teve o evento do ano passado, aí eu fui lá ver, conhecer melhor, aí me interessei e comecei a me preparar pro segundo. (...) ah eu gostei bastante por que eu via gente que tava vestida de mangá que eu já tinha lido... ou de anime que eu já tinha assistido (...) é... aí eu comecei a conversar com eles... aí eu fiz vários amigos por causa desse evento... e amizades muito fortes mesmo... tipo... a gente não se considera só amigo mesmo... a gente se considera uma família...”

A reunião de uma determinada quantidade de pessoas com os mesmos objetivos e semelhantes costumes também favorece a noção de grupo. Pode-se dizer que a estética une as pessoas, não somente pela perspectiva do bem vestir ou do bem atuar, mas também o encadeamento que se forma entre as pessoas provoca uma padronização que estabelece o formato do grupo em si.

Retornando ao tema da exigência auto-imposta de criatividade e qualidade técnica na produção do *cosplay*, não resta dúvida de que um aspecto muito forte para a esta manufatura é sua vestimenta. Como destacam alguns estudiosos da área *fashion business* (Aspers & Skov, 2006; Gwilt, 2006; Kawamura, 2006) o modo das pessoas vestirem-se pode ser essencial para que estejam bem conectados ao ambiente social em que vivem. Embora Santaella (2004) faça uma crítica veemente à moda, estes outros autores percebem que o mundo *fashion* é uma ligação entre as pessoas.

O poder de influência da moda japonesa ao redor do mundo, ainda que não seja diretamente monopolizado pela indústria das editoras e estúdios de animes/mangás, possui uma relação íntima com estas por que auxilia o procedimento de divulgação dos designers de roupas estilizados.

Kawamura (2006) nota que a moda de rua em Tóquio por mais que seja vista como algo independente, pode ser passível de se tornar um artigo de contrato entre os grandes ateliês. Esta mesma autora entende que os meios de comunicação são os fatores mais importantes deste deslocamento de cognições que fazem com que as pessoas se tornem adeptas dos modismos.

É importante lembrar que o aspecto físico da personagem é uma das principais fontes de desenvolvimento da interpretação do *cosplayer* (Coelho Junior & Silva, 2007). Sem ele não há atuação. Destarte, é indispensável conhecê-lo, decifrá-lo. Este saber deriva principalmente do reconhecimento de sua personalidade e o da sua aparência física. No que diz respeito ao corpo das personagens e ao corpo dos *cosplayers*, a perspectiva de Garcia (2005, p. 68-69) é adequada:

“Ao apostar na segmentação do mercado - variedades de tribos -, a moda inscreve o valor venal das assinaturas inquietas (inscritas nos objetos) de sociabilização de grupos, comunidades e subculturas, uma vez que o consumo dessas especificidades gera a consagração da moeda corrente”.

É incontestável o poder da mídia sobre os corpos das pessoas (ver, por exemplo, Moreira, 2002). Os meios de comunicação exibem prepotência excessiva ao se determinarem responsáveis pelos ditames da moda. Isto também alcança os *cosplayers* que se rendem à busca esmerada de trajes das personagens. Afora isto, o povo brasileiro, por ser descendente de uma mistura de outras etnias, de forma geral sempre teve certo apreço pelo embelezamento do próprio corpo (Queiroz & Otta, 2000).

Não deixa de ser verdade que os jovens têm uma preocupação que chega a ser exacerbada com relação ao seu próprio físico (Diógenes, 2003). No entanto, a necessidade de se parecer ao máximo com o alvo escolhido pode acarretar uma perseguição ao perfeccionismo no momento de confeccionar a roupa e apetrechos como pode ser verificado na entrevista n° 3 (ver também quadro n° 16 no Anexo IV):

“Aí como eu vou deixar parte da peruca vermelha? Aí eu passei spray, ficou rosa, aí ficou muito clarinho, aí eu tive que passar de novo, de novo, eu gastei duas latas de spray desse tamanho só com esse negócio, aí o corte dele. (...) Na hora de colocar o spray... “ah essa não”, aí ao invés de deixar prá cima, já tava com a tinta, aí faltou, aí eu ia colocar, sabe, deixa ela, a mexa prá cima, aí saiu a tinta na minha mão, nossa! Foi uma lambuzeira e mal conseguia deixar as pontas do cabelo prá cima... aí, aí assim o que eu consegui fazer? Aí eu só deixei as pontas por cima né?”.

O centro de debate então passa a ser o que se torna indispensável ao *cosplayer*. Ou seja, estar próximo ao ideal de beleza, de semelhança, ou mesmo de estranheza ao marco referencial que é imaginário, haja vista que as personagens não são seres existentes na realidade humana. Por exemplo, é muito comum *cosplayers* de *Kemono* isto é, de animais. Este tipo de vestimenta pode ser de três tipos: *Furry* (tendência a utilizar *cosplays* que sejam de animais ou de partes de animais, como “patas” ou “orelhas”), *Yiff* (vestimentas de animais com tendência sensual/erótica) e de *Kigurumi* (trajes de animais com cabeças grandes, como as mascotes de times de futebol ou basquete).

Como alguns autores confirmam (Diógenes, 2003; Garcia, 2005; Goldenberg, 2005; Novaes & Vilhena, 2003; Queiroz & Otta, 2000) o corpo humano é o primeiro local onde as pessoas produzem as marcas que simbolizam a sua existência, e esta mesma superfície serve como aparato para avaliação e tomada de decisão a cerca de outras pessoas. Estas referências, simbólicas ou não, que surgem no corpo, no caso destes sujeitos de pesquisa evidenciam também sua predileção em se expressar perante os demais agrupamentos de humanos.

O que vale destacar, além dos aspectos anteriormente mencionados, é o apreço pela personalidade da figura escolhida que os informantes revelam. Se a aparência é fator determinante para a resolução do *cosplayer*, ainda assim precisa se configurar a identificação com a personagem.

O aspecto psicológico neste contexto é importante. Embora possa caracterizar exagero falar em categorização social para agrupamentos de figuras e figurinos. Talvez o que haja seja um procedimento avaliativo realizado pela pessoa para definir sua escolha dentre as diversas possibilidades. Isto pode ser percebido na entrevista n° 2:

“É tem outro personagem que é mais parecido comigo do que com ela fisicamente, a outra a Kimawari que é colegial, da mesma escola que o Kimihiro né? Boa pergunta... eu não sei... eu acho que o lado dela mais misterioso, mais místico, assim tem mais haver comigo entendeu? De ela se envolver com essas coisas sabe?! Ela se parece muito comigo, entendeu? E ela é muito doida, eu gosto muito dela, sabe? Ela não tá nem aí, aí ela é bem assim. Prá ela nada acontece pro acaso, tudo já está escrito entendeu? Eu também acho assim que as coisas não acontecem por acontecer. Mais pela personalidade, por que se você for olhar o físico não tem nada haver. Ela é altona, magrelona, branca, o cabelão enorme, quase no

pé, lisão assim, com franjinha, então não tem nada haver, o olho dela é vermelho tem todo tipo de japonesa mesmo, então não tem nada haver”.

Se como Tajfel (1982a) afirma, que o processo de categorização ocorre no plano objetivo das relações sociais entre humanos, um processo semelhante acontece quando uma pessoa admite sua escolha por um determinado *char* tendo por base a “personalidade” deste.

Os atributos psicológicos do sujeito da narrativa, segundo Coelho Junior (2005), também podem advir de características do próprio público, ou até mesmo da equipe de autores/produtores da obra. Talvez esta estratégia seja eficaz para o delineamento do perfil na construção da personagem, o que pode contribuir, sobremaneira, para a identificação das pessoas com os produtos da mídia (Bruschi, 2003).

O conjunto de informações obtidas via entrevista e apresentado até aqui, abordando várias facetas da relação entre os participantes e suas práticas de *cosplay* revelam um cenário que é corroborado, de forma geral, por um item específico da coleta de dados. Ao final da entrevista, após transitar por todos os temas previstos no roteiro, apresentava-se uma questão de evocação, do seguinte tipo: “Diga cinco palavras que lhe vêm à cabeça ao ouvir o termo *cosplay*”. Tendo como base a concepção estrutural de Hiernaux (1997) formulou-se o quadro nº 7, apresentado a seguir e que resume os principais resultados obtidos com tal procedimento de evocação (a letra “A” indica, para cada participante, a primeira palavra evocada e a letra “E” indica a quinta palavra evocada):

Quadro 7 - Categorias de Palavras Evocadas e Ordem de Evocação, por Participante.

CATEGORIAS DE PALAVRAS EVOCADAS	PARTICIPANTES											
	Mulheres						Homens					
	1	2	3	11	12	4	5	6	7	8	9	10
Fantasia/Roupa	E				B			A	B	A	C	A
Diversão/Satisfação	D	C	E		A		B	B				B
Admiração/Atenção/Fotos			D		C	BC	C	C				
Desempenho/Performance/Teatro			B	D				D	A		B	
Personagem/Identificação									CE		A	E
Trabalho/Desafio/Investimento Pessoal				E		DE	D					C
Dinheiro/Custo Financeiro	A						E					
Amigos/Amizade		E								D		
Anime		A		A	D		A				E	D
Eventos que reúnem cosplayers	BC									B		
Manga		B		B	E							
Outras		D	AC	C		A		E	D	CE	D	

Como eram 12 os entrevistados e cinco as palavras evocadas, resulta o total de 60 palavras possíveis. Oito dos entrevistados mencionaram palavras como anime, mangá, ou o nome de algum evento de *cosplay* em 12 ocasiões. Como tais palavras não revelam associações especialmente interessantes para os objetivos do trabalho por sua ligação óbvia e direta com a temática, não serão objeto de análise. Desconsideradas tais palavras, restaram 48 possibilidades de nomeação.

Dessas 48 possibilidades, 12 palavras (25%), ditas por nove participantes, referem-se aos componentes mais essenciais do *cosplay*: Pa) fantasia/roupa (sete menções); Pb) Desempenho/Performance/Teatro (cinco menções). Essas duas categorias serão identificadas nos parágrafos seguintes como “Faceta Performance”.

A prática do *cosplay*, nas condições em que é feita, diverte e merece admiração e elogios dos que a observam. Estas conseqüências de natureza afetiva estão relacionadas a outras duas categorias de palavras, também ditas em 12 ocasiões, por oito diferentes participantes. São elas: Da) Diversão/Satisfação (sete menções); Db) Admiração/Atenção/Pedidos para tirar fotos (cinco menções). Essas duas categorias serão identificadas nos parágrafos seguintes como “Faceta Diversão”.

Outras três categorias de palavras evocadas estão associadas com a “Faceta Performance”: Pc) Trabalho/Desafio/Investimento Pessoal (cinco menções); Pd) Personagem/Identificação com Personagem (quatro menções); Pe) Dinheiro/Custo Financeiro (duas menções). Uma categoria adicional de palavras evocadas pode ser considerada como identificada com a “Faceta Diversão”: Dc) Amigos/Amizade (duas menções).

Apenas como registro, vale assinalar que, no pequeno grupo de participantes, as evocações abrangidas pela “Faceta Performance” foram mais frequentes entre os homens (40% contra 24% nas mulheres). As evocações associadas com a “Faceta Diversão” apresentaram pequena predominância entre as mulheres (28% contra 23% nos homens). Quando se considera apenas a primeira palavra evocada, ou apenas as duas primeiras, a diferença observada em relação à “Faceta Performance” se acentua.

As demais palavras evocadas não permitem agrupamento em categorias, caracterizando referências de natureza pessoal, individual. Alguns exemplos: Japão, internet, coragem, música, personalidade, identidade. É curioso o fato da palavra “identidade” (que também indica o conceito teórico considerado na interpretação dos resultados) ter sido mencionada na evocação.

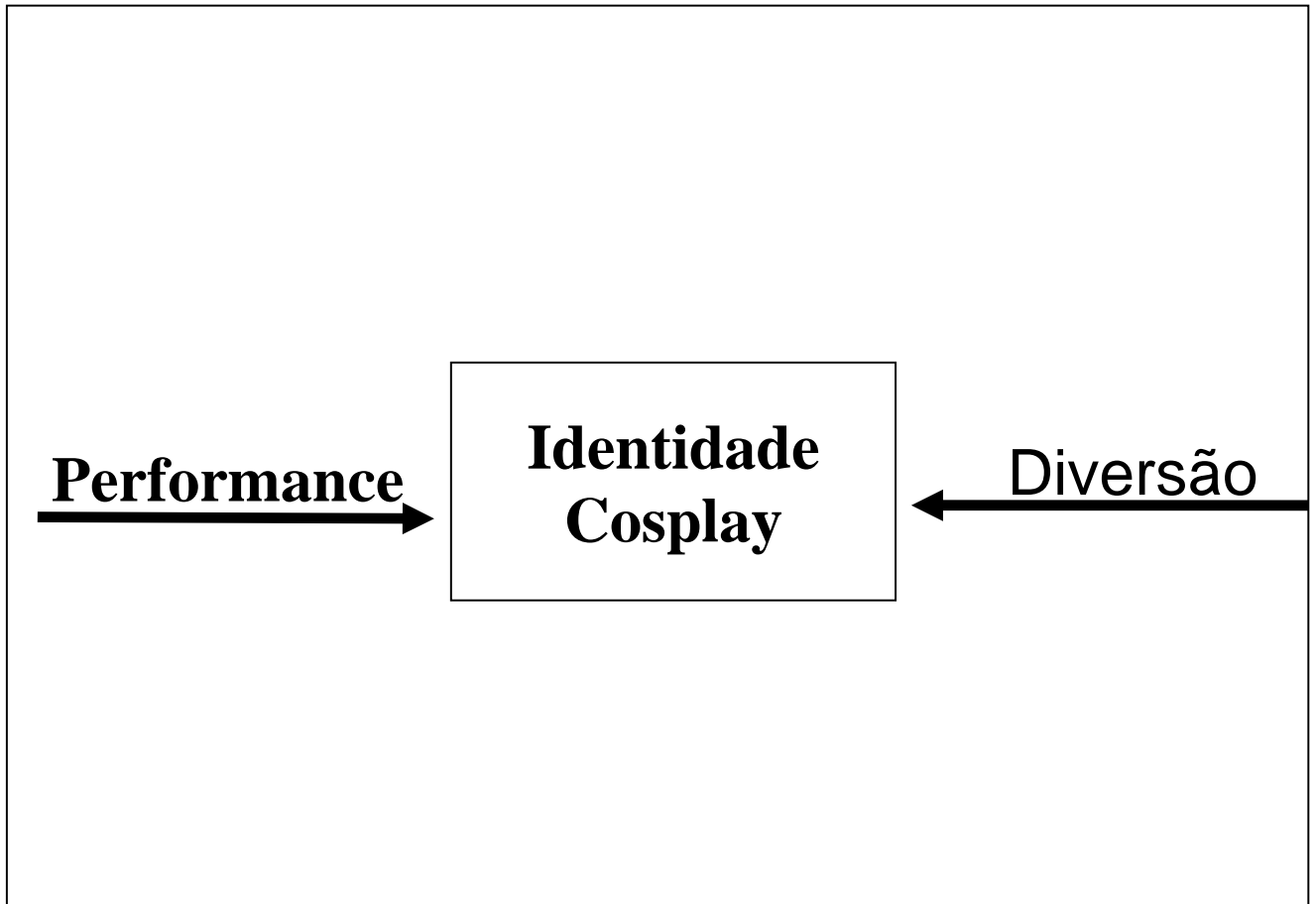
As duas facetas sugeridas (“Performance” e “Diversão”) mostram-se adequadas como indicação das características básicas da “Cena Cosplay”. Trata-se de preparar e executar uma performance vista com seriedade e como pertencendo ao universo artístico, e cujos componentes principais são a reprodução cuidadosa de trajes e apetrechos de uma personagem que será representada.

Tal performance ocorre entre pessoas que conhecem a “Cena Cosplay”. Acontece entre muitos amigos, em clima de diversão, de exibição, de reconhecimento e de integração. Uma *cosplayer* entrevistada em trabalho relatado por Rosa e Ferreira (2008) diz, ao falar de evento do qual participava, que “*é um dia em que eu posso ser quem eu sou, sem medo de errar, (...) porque eu sei que as pessoas vão estar me entendendo, porque elas são iguais a mim, elas estão aqui pelo mesmo propósito: se divertir*” (p. 205-206). Ambas as facetas podem ser consideradas derivadas das categorias estruturais, como sugerem os estudos de Hiernaux (1997).

Perceba-se que inexistem menções a aspectos negativos que são mencionados em diversos contextos de atividades que reúnem jovens, como competição, rebeldia, solidão ou depressão. Neste sentido, pode-se caracterizar a identidade social deste grupo

tendo como base o quadro n° 7 e as duas facetas descobertas como se pode visualizar abaixo na figura 2.

Figura 2 – Facetas da Identidade Cosplay



Precedendo os dados sobre relacionamentos vale mencionar que houve preocupação de saber se algum participante mantinha vinculação com algum outro tipo de grupo assemelhado ou comparável ao de *cosplayers*, que também fosse considerado relevante em sua vida.

No quadro n° 8, estão marcados se os *cosplayers* que participaram da pesquisa se viam como parte de outros grupos significativos no que diz respeito à vestimenta e consumo específico de material midiático na sociedade. A grande maioria respondeu que faziam parte somente do grupo dos *cosplayers*. Sendo que um (n° 4) respondeu “*otaku/cosplay*” e outro (n° 5) “*otaku/emo*”.

Quadro 8 - Participação em Outro Tipo de Grupo

Sujeito	Tipo de grupo
1	Somente Cosplay
2	Somente Cosplay
3	Somente Cosplay
4	Otaku/Cosplay
5	Otaku/Emo
6	Somente Cosplay
7	Somente Cosplay
8	Somente Cosplay
9	Somente Cosplay
10	Somente Cosplay
11	Somente Cosplay
12	Somente Cosplay

Pode-se entender este conjunto de respostas como uma característica de coesão grupal. Por isso o entrevistado n° 8 explica assim o fato de haver uma interação *otaku/cosplayer*:

“Não. Nem todo Otaku é cosplayer. Não é todo mundo que faz cosplay. Otaku é o fã que gosta de desenho animado. Já o que faz cosplay, que é chamado de cosplayer dentro do evento é o Otaku fantasiado, caracterizado de seu personagem favorito ou não, tanto faz”.

Desta maneira, não se pode diferenciar totalmente em verdade ambos os grupos, sendo um único diferencial a predileção por alguns *otakus/otomes* em usarem *cosplays*. Os participantes n° 4 e n° 6 também destacaram a idéia de que todo *cosplayer* pode ser considerado *otaku/otome*, embora nem todo *otaku/otome* faça *cosplay*.

Alguns participantes revelaram dificuldades para explicar o que caracteriza um *otaku/otome*. Pode estar em jogo certo descompasso que decorre da transposição direta de algumas manifestações da cultura japonesa para a brasileira, no caso, pois nem tudo pode fazer o mesmo sentido, e por isso poderá parecer mais estranho ainda. No Anexo VI estão algumas fotografias de *cosplayers* (não necessariamente destes informantes) e do local do evento em que os sujeitos desta pesquisa foram pela primeira vez contatados. Afora estas fotografias, há material informativo aos diversos eventos e regras de concursos para *cosplayers* no Anexo VII, o que permite ter uma visão geral sobre a realidade destes encontros e competições.

Como outro destaque das respostas dos informantes nesta pesquisa, o entrevistado n° 5 indica sua predileção pelo único grupo realmente diferente dos *otakus/cosplayers* que é o “Emo”:

“Grupo? Grupo assim, só esse. Em questão de se vestir de personagem, ainda mais que só esse de cosplay mesmo. Já pende pro anime, o olhar essas coisas assim. Mas se vestir... o pessoal me encaixa muito, bom, prá fugir do assunto, o pessoal me encaixa muito nesse como estilo ‘emo’ que o pessoal fala. De Emohardcore que o pessoal fala... mas esse já é outro assunto. Emo é um estilo de música. Ou seja, um hardcore um pouco mais melódico, vamos dizer assim. Mas voltado prá emoção. É, acaba sendo rock”.

Embora não seja foco desta pesquisa, o grupo de “emos”, que são jovens que gostam de um tipo específico de música melódica e de se vestir de maneira extravagante também podem servir de inspiração para estudos a cerca dos movimentos da subjetividade humana neste atual período da modernidade tão influenciado pelos aspectos do *fashion business* (Aspers & Skov, 2006).

O entrevistado n° 9 declarou participar de grupo de RPG, enfatizando que os componentes do grupo se vestem de maneira razoavelmente parecida ao modelo *cosplay*: *“Jogo bastante RPG, que o pessoal fica vestindo esses negócios também. De vez em quando a gente passa o dia tipo prá filmar a estória que teve durante o final de semana, a gente veste a roupa apropriado do personagem e tal”.*

Os demais participantes não destacaram participação em qualquer outro grupo assemelhado ao de *cosplayers*, mas vários fizeram referências explícitas ao fato de que a vinculação ao universo do *cosplay*, mesmo sendo relevante em sua vida, não define o único grupo do qual participa.

A informante n° 1, por exemplo, enfatiza: *“Eu tenho vida além disso”.* Mesmo com a questão formulada aos entrevistados solicitando informação sobre grupos comparáveis ao de *cosplayers*, diversos participantes deixaram claro que integram grupos de outra natureza, principalmente aqueles compostos por amigos de escola ou da faculdade.

As informações contidas neste quadro n° 8 são essenciais para determinar a identidade social do grupo de *cosplayers*. Para reforçar tal posicionamento, pode-se observar o quadro n° 17 (vide Anexo IV), onde os sujeitos possuem praticamente o

mesmo tipo de motivação para participar dos eventos, entre estes a “amizade” e “organização dos encontros”. Conforme Amâncio (1993), o procedimento da comparação social serve como um instrumento para confirmar a distinção entre os grupos e para que a pessoa sinta-se positivamente parte do grupo escolhido.

Sendo assim, o grupo de *cosplayers* atua em um ambiente de diversão, entre amigos, mas ao mesmo tempo esse contexto só ocorre, em termos de situações não virtuais de interação, esporadicamente. Além disso, trata-se de um tipo de agrupamento cujas características de pertencimento não são carregadas pelo indivíduo para qualquer outra composição grupal em que esteja exatamente por se tratar de um grupo constituído em torno de uma atividade que não tem difusão social extensa, por enquanto.

Também não possui densidade suficiente para ser reconhecida e para gerar posicionamentos na comunidade mais ampla. Isto ocorre no sentido de que o indivíduo não fica à vontade, por exemplo, para freqüentar a escola fazendo *cosplay*, mas pode estar desembaraçado para usar um uniforme de time de futebol ou para usar uma roupa cara, que também são sinais de pertença a determinados grupos.

Talvez se dê exatamente o contrário, ou seja, trata-se de um grupo que se manifesta desenvolvendo atividades que, quando ficam visíveis, são percebidas por muitos integrantes da comunidade como estranhas e excêntricas o que contribui para uma avaliação estereotipada ou mesmo preconceituosa dos componentes de tal grupo. Um fragmento de fala retirado da entrevista n° 5 deixa evidente que não se trata apenas de uma hipótese, mas sim de um dado da realidade:

“... bom, é assim... tem que aceitar, ahn... por que, senão aceitar... senão, senão ver com os olhos, achar legal, ou você não aceita não concordando... ou a pessoa aceita, por que se a pessoa não aceitar, acaba caindo... vira a cara, vira a cara prá gente e... cai naquilo, bom a pessoa não gosta de mim, não gosta do que eu faço, mas eu não vou mudar por ela”.

Fica evidente que o entrevistado percebe que existe certa hostilidade contra o grupo dos *otakus/otomes/cosplayers*. No atrito entre grupos, no meio social, o surgimento do preconceito é provável (Agoustinis & Walker, 1995; Amâncio, 1993), mas a visão preconceituosa percebida pelo grupo pode gerar aumento da coesão entre os membros do agregado, ampliando a nitidez da definição de uma determinada identidade social.

Em outras palavras, um grupo cujos componentes valorizem o fato de pertencerem a ele, mesmo que esteja imerso em ambiente pouco cordial, pode ver fortalecidos os laços sociais que o caracterizam. Sendo assim, tal fato aproxima seus membros, exatamente como reação à essa pouca cordialidade e aceitação (Agoustinis & Walker, 1995).

Retornando aos dados, é possível perceber então que até mesmo as menções à óbvia presença da cultura japonesa foram expressivas, o que pode levar a pensar que sua presença se dá mais como veículo disponível do que como força propulsora. Em outras palavras, não haveria adesão a elementos de uma cultura estranha como forma de protesto, de crítica.

Neste sentido, pode-se dizer que os efeitos dessas categorizações sociais definidas acima neste estudo são as motivações para escolher um determinado *char*. Como se expõe no quadro n° 9 a seguir.

Quadro 9 - Motivação para a Escolha do Personagem

Sujeito	Motivação
1	Personalidade da personagem
2	Personalidade da personagem
3	As músicas são interessantes/visual
4	Identificação com a personagem
5	Fascínio
6	Diversão
7	Identificação com a personagem
8	Personalidade da personagem
9	Indicação de um amigo
10	Personalidade da personagem
11	Identificação com a personagem
12	Roupa simples

Tendo em vista as informações obtidas no quadro acima, a motivação principal reportada pelas pessoas que participaram da pesquisa são basicamente duas categorias estruturais: “Personalidade da Personagem”, isto é, o atributo principal não é essencialmente o aspecto físico, e, “Identificação com a Personagem” (citada por três entrevistados). Para a primeira categoria estrutural pode-se mencionar a entrevistada n° 1:

“(...) mas ela é totalmente e... sempre batendo de frente, ela é mulher, hora nenhuma ela é menininha e isso

também me influenciou por que eu também não sou uma menininha apesar de querer fazer fantasia de gatinha. Mas ela é mulher e isso é bem realçado no mangá”.

Para a categoria estrutural posterior, a entrevista n° 4 pode ser esclarecedora:

“(...) é da irmã dele... dele gostar muito da irmã dele. Ele tinha um apego muito forte com a irmã dele, eu tenho um apego muito forte com os meus familiares, pela minha mãe principalmente. E... o jeito dele também é legal... e ainda mais que até um tempo atrás eu tinha feito capoeira, e como ele usava muito os pés e a espada, aí eu podia fazer simulada prá dar uma semelhança nos golpes”.

No primeiro modelo estrutural, a personalidade do *char* é o que serve para caracterizar a ligação com o *cosplayer*. Os atributos de um servem como um ideal a ser ratificado pela pessoa. Na segunda categoria estrutural, um evento pode servir de conexão entre ambos. Com as características individuais assemelhadas ao das personagens a tendência é que isso facilite a realização do *cosplay* por exercer uma razoável motivação. A identificação em si não se perfaz somente com a idealização mítica do enredo ou da saga da figura, mas sim com o encontro com outras pessoas que tenham os mesmos hábitos, isto é, outros *cosplayers*.

A partir do presente ponto, o foco do texto é deslocado para os dados que expressam como os participantes da pesquisa interagem com as demais esferas de sua vida (namoro, amizades, escola e família) e com seus interesses relacionados, assim como as facilidades e as dificuldades que eventualmente enfrentam em qualquer dessas esferas.

Neste sentido, abaixo se apresenta o quadro n° 10, onde está exposto o relacionamento afetivo (namoro) que os informantes possuem e a representação que os companheiros têm do costume de travestismo. Somente três sujeitos da pesquisa possuem namorados (as), sendo que nenhum deles interfere no hábito.

Quadro 10 - Relacionamento Afetivo e Representação sobre Cosplay

Sujeito	Relacionamento Afetivo	Representação
1	Não tem	-
2	Não tem	-
3	Namora	Não faz cosplay, mas não se incomoda.
4	Não tem	-
5	Namora	Faz cosplay e possui os mesmos interesses.
6	Não tem	-
7	Não tem	-
8	Não tem	-
9	Namora	Não faz cosplay, mas gosta de animes.
10	Não tem	-
11	Não tem	-
12	Não tem	-

Pelo que responderam, suas parselhas não intervêm de maneira negativa neste hábito. Interessante notar que a maioria da amostra não possui relacionamento afetivo, no caso específico: namoro, em um momento da vida que é comum que isto ocorra (Diógenes, 2003). Retorna-se à idéia do *Hikikomori*.

A *Síndrome do Hikikomori* foi percebida em meados dos anos 90 do século passado e os estudos posteriores desvendaram que os jovens que dela estavam acometidos além de terem certo grau de agressividade, também não se interessavam por seu futuro profissional, valorizando afazeres lúdicos, principalmente aqueles ligados à tecnologia de ponta (Habuchi et al., 2005).

Ogino (2004) indica certa dificuldade da vida em grupo destas pessoas, e que em geral são os jovens do gênero masculino os que mais desenvolvem este aspecto psicológico que tende ao isolacionismo. Masataka (2000) em seu estudo percebe que esta agressividade combinada a solidão começa também a se desenvolver em crianças de idade pré-escolar. Na pesquisa de Sakamoto et al. (2005) se percebeu que em outros países do oriente os mesmos sintomas da síndrome estavam se desenvolvendo entre os jovens.

O presente estudo não tem a pretensão de desenvolver investigações sobre o *Hikikomori*. Mas apenas registra alguns elementos de semelhança longínqua entre determinados grupos de jovens brasileiros e japoneses, sem querer fazer qualquer tipo de transposição cultural indevida.

De qualquer forma não deixa de ser interessante que embora não haja os sintomas de agressividade e embotamento afetivo tão característico ao fenômeno em si, estes entrevistados tenham que recorrer à formação de um grupo tão distinto para desenvolverem um nível de confiança e desenvoltura com outras pessoas.

Talvez como Guimarães Junior (2004) explique acerca das relações interativas atuais, tal fato é uma sincera tentativa de criar confiança e laços sociais com as outras pessoas, nem que para isso seja necessário se vestir da personagem de uma mídia. As explicações de Carvalho Junior (2002) também estão neste rol, travestir-se de um *char* é também a possibilidade de dar vida a ele como de buscar a sua própria sobrevivência enquanto ser humano.

Foi-se questionado aos sujeitos da pesquisa se havia ocorrido alguma mudança nas relações com os amigos, a partir da prática *cosplayer*. Os informantes falaram das relações com os amigos, não necessariamente os da escola, mas aqueles que fossem mais íntimos ou que vivessem no mesmo bairro, na mesma rua.

Os resultados são exibidos no quadro nº 11, reproduzido abaixo. O mesmo traz informações que podem servir de complementares àquelas obtidas sobre a reação familiar. Pois mostram como a interação com amigos e colegas de escola são afetadas pelo fato do entrevistado ser um *cosplayer*, isto é, como é a resposta a tal opção.

Como a escola talvez seja o ambiente de maior trânsito obrigatório para a maioria dos participantes, a dificuldade de seus pares compreenderem seus hábitos deve ser vista como dado relevante. Essa dificuldade foi, de fato, descrita pela maior parte dos entrevistados, embora tenha sido considerada por muitos dos que a relataram como uma situação tranqüila, de fácil enfrentamento. Considere-se, a respeito, um trecho da entrevista nº 6, referente ao contexto de decisão sobre um trabalho acadêmico:

“É, no ano passado eu tinha um monte de idéia prá fazer sobre identidade visual de anime, só por que não podia fazer só por que os pessoais, as pessoas que estavam perto de mim não gostavam desse público, entendeu?! Aí eu fiz outra coisa por que eu tinha medo de que eu fosse rejeitado na minha matéria. Também tinha medo que os professores também não identificassem isso como uma coisa interessante”.

Quadro 11 – Reação de Amigos e Colegas de Escola do Participante à sua Prática de Cosplay

Participante	Reação de amigos e colegas de escola
1	Amigos não estranham embora os que não estão no “universo cosplay” tenham restrições. Os colegas de escola sabem de seu interesse e ela até ganha algum dinheiro fazendo fantasia para alguns deles.
2	Amigos de infância entendem bem, alguns até fazem cosplay. Colegas de escola já a conheceram assim, apenas acham estranho. Não sente qualquer tipo de exclusão. Diz que os meninos entendem melhor por causa do videogame.
3	Colegas de escola sabem que faz cosplay, assim como suas primas e alguns colegas da igreja. Não percebe qualquer preconceito em relação ao seu interesse.
4	Amigos sabem de sua atividade como cosplayer, vêem fotografias, acham estranho, mas isso não interfere na amizade. Colegas de escola também sabem, reagem sem hostilidade, mas com estranhamento.
5	Colegas de escola conhecem sua atividade, já viram fotos. Existe reação de estranhamento e certo preconceito. Identifica preconceito também entre vizinhos, que pensam que a pessoa é algo que ele não é.
6	Amigos (que são do interior) sabem que faz cosplay e têm um pouco de vergonha. Colegas de escola também sabem de seu interesse, mas não aceitam bem, e o chamam de “japa”.
7	Colegas de escola não sabem que faz cosplay (acha que considerariam estranho, infantil). Alguns vizinhos falam mal.
8	Amigos sabem que é cosplayer, e isso não interfere na relação que tem com eles. Não frequenta escola, no momento. Vizinhos não falam nada, como se atualmente fosse algo normal: “hoje em dia todo mundo tem tribo”.
9	Colegas de escola sabem de seu interesse e acham normal, embora façam algumas gozações. A maior parte dos vizinhos não sabe dessa sua faceta (“lá ninguém faz”).
10	Colegas de escola sabem que é cosplayer e tratam isso com tranqüilidade, sem preconceito. Vêem fotos. Acham engraçado alguém se fantasiar sem motivo. Nunca teve problema entre vizinhos.
11	Têm muitos amigos cosplayers, alguns influenciados por ela própria. Colegas de escola conhecem sua opção e reagem sem hostilidade. Alguns acham a coisa um pouco doida, outros curtem. Vizinhos sabem o que faz e a acham corajosa.
12	Amigos e colegas de escola sabem do seu interesse, mesmo porque tem fotos como cosplayer no seu Orkut. Acham interessante e reagem sem hostilidade.

Destaca-se também outro trecho de uma das respostas obtidas na entrevista n° 7:

“Isso mesmo, zoaram, falaram mal, é... aí faz um tempo que eu não tô tendo contato com eles aí encontrei essa galera que curte anime, foi o pessoal que foi no evento,

que montou o grupo para que pudesse sair aos sábados e domingos”.

Nesta entrevista fica claro que a exposição do hábito de ser *cosplayer* gera constrangimento. Entretanto, na entrevista nº 9 há o outro lado que é o da aceitação:

“Tenho... a maioria dos meus colegas sabem que eu faço... Houve não. Eles me tratam do mesmo jeito que antes. É. O habitual... fazem as mesmas coisas... me zoam... faz tudo... Não. Normal... gracinha mesmo de amigo, de colega... Por que na minha escola tem alguns que fazem isso”.

Afirmações como as que foram transcritas acima evidenciam que revelar-se como *cosplayer* a outras pessoas com quem se relaciona e que não têm interesse, e às vezes nem mesmo conhecem esse tipo de prática, pode gerar constrangimento. É possível dizer que o aspecto de diversão que marca a prática do *cosplay* entre interessados e aficionados, assume contornos distintos quando está em jogo outro contexto.

Existem nas respostas dos entrevistados elementos suficientes para considerar que as relações com colegas de escola são ambíguas. Isto talvez se deva ao fato de como afirmam Diógenes (2003) e Garcia (2005) os jovens estarem divididos em “tribos”, isto é, grupos que possuem atributos bem contundentes que os fazem se distinguirem entre os demais como, por exemplo, excesso de uso de *piercings*, tatuagens, vestimentas exuberantes ou muito simples, entre outros.

A categorização social, como Tajfel (1982b, p. 289) a descreveu: “é o processo através do qual se reúnem os objetos ou acontecimentos sociais em grupos, que são equivalentes no que diz respeito às ações, intenções e sistemas de crença do indivíduo”. Portanto, se uma pessoa, ou grupo, está fora de determinados padrões, existe grande chance, segundo a teoria da identidade social, de estranhamento e, a partir daí, de surgimento do preconceito. Tanto por parte daqueles que não conseguem conceber aquela forma de agir como ocorre com aqueles que não conseguem entender o que sejam *cosplayers*.

Conforme Fron, Fullerton, Morie e Pearce (2007), os eventos também servem para criar novos amigos. No entanto como Tajfel (1982b, p. 262) cogita: “Os três aspectos da pertença ao grupo já referidos – cognitivo, avaliativo e emocional – também se podem muito bem aplicar aos pequenos grupos e às grandes categorias sociais”. Isto

também explica o fato do preconceito ocorrer, pois significa que na mobilidade da arena social, as pessoas estão não somente se avaliando como também interagindo uns sobre os outros. Este meio dinâmico é necessário para que haja a progressão de determinados grupos sobre outros, aumentando, ou não, sua zona de abrangência formando então o preconceito.

É importante notar também que diferentemente ao que contém a teoria da identidade social de Tajfel (Doise et al., 1980; Tajfel & Forgas, 1981; Turner, 1999) sobre o estado de competição entre diversos grupos como formador e fortalecedor da *social identity*, nesta pesquisa, não houve uma comparação com outro grupo. Porém, com a citação da entrevista n° 7 acima se pode perceber que algumas vezes há geração de viva oposição aos *cosplayers*. E que talvez se dê o surgimento de um *outgroup* na medida que esta nova demanda vá ocupando espaço no meio social.

Como os dados mostraram, as ações das pessoas do círculo de conhecimento de cada um em relação aos *otakus/otomes/cosplayers* não são sempre negativas ou inaptas. O constrangimento, nos casos em que foi mencionado, pode estar relacionado também a certas características pessoais de alguns dos participantes (timidez e juventude, por exemplo).

A vivência de dificuldades de relacionamento foi mencionada por vários entrevistados. E em tal caso a possibilidade de representar uma personagem, ou seja, atuar a partir de um roteiro, revelar-se sem estar se expondo em suas características pessoais, pode funcionar como “procedimento terapêutico”, tal como ocorre no teatro. Podem ser verificados vários exemplos de afirmações relacionadas colhidos nas entrevistas:

“Nossa! É muito bom... Por exemplo, eu fico mó feliz assim, porque o pessoal eles sempre fala com você entendeu? Mesmo. Igual, eu tinha, eu fui fazer a apresentação... foi a primeira vez que eu fui me apresentar, foi agora, eu ‘nossa que vergonha’... aí, essa minha personagem, por que assim tudo por talento, ela... ela é tipo uma bruxa, uma bruxa dimensional... ela tem uma loja que realiza os desejos... aí era legal, porque eu subi para me apresentar, aí o pessoal gritava ‘ah Yuuko, realiza os meus desejos’, aí eu ‘meu deus, vou começar a rir, eu não posso, rir, eu não posso rir, não posso rir’ aí era assim, eu acho muito bom, é bem legal” (Entrevista n° 2).

“Eu acabo mantendo uma certa distância das pessoas, não chego perto, não sei se eu gosto em sala de aula, mas... já chegaram até a ver meu álbum, acharam até legal, mas, acaba sendo identificação, aquele que você não se identifica... Há uma... até um preconceito, que eles impõem, mas é algum comum na sociedade hoje em dia, acaba acontecendo naturalmente, entendeu? Como aqui no shopping, tem gente que passa pela gente e vira a cara, não conversa, entendeu? Pessoas que a gente poderia conversar, acaba tomando uma distância prá não conversar, entendeu?” (Entrevista n° 5).

“Eu passei três, quatro anos da minha vida assim isolado, me sentindo o patinho feio, até que eu achei alguém na minha, na minha escola, na minha oitava série. Um garoto que ficava isolado na minha sala. Mal conversava com ele. Ele era muito quietinho, mas ele se relacionava com todo mundo. Gostava de futebol, eu nunca ia imaginar ele... maior normalzão, playboy assim, eu nunca ia imaginar nada, até que um dia ele chegou no meu canto: ‘você gosta de Pokémon assim?’, aí eu falei ‘gosto, e você gosta dos cavaleiros?’, aí ‘e você gosta de não sei o quê?’, ‘gosto’, ‘e você gosta disso?’, ‘peráí, isso eu não conheço’. Aí a gente começava a trocar na época que a gente nem tinha internet direito, não era internet não boa assim” (Entrevista n° 6).

“Abriu assim um leque de pessoas prá conhecer. Porque eu conhecia os meus amigos do colégio, conhecia pessoas ao meu redor ali. Quando eu fui para o evento, abriu um leque de amizades, conheci muita gente nova, e pessoas através das pessoas que eu conheci, então, foi bom prá mim” (Entrevista n° 8).

“É uma coisa assim que tipo... eu não sou muito de, vamos falar assim de externar, sabe? É como é que eu vou te explicar? Você tem aquele amigo, eu não sou fácil de assim chegar na pessoa, sabe eu sou meio recluso? Assim, os amigos que eu tenho eu falo e tal, mas eu tenho dificuldade de chegar em pessoas novas” (Entrevista n° 10).

“Nossa! Muita diferença, é visível essa diferença por que quando você está de cosplay. Você assim... você se liberta assim, é, entre aspas, porque você não fica preocupado assim

com as pessoas, até mesmo por que você está no meio de pessoas que estão se vestindo também de cosplay é como se você não tivesse nada a perder. Então você se solta, faz mais amigos, fica muito mais solto, isso também acaba influenciando sua vida” (Entrevista n° 11).

Pelo conceito de Tajfel (1982b) de categorização social, da mesma maneira que o indivíduo pode sentir medo de ser excluído e sofre constrangimento, este mesmo procedimento consegue formalizar alianças quando as pessoas descobrem que possuem os mesmos *hobbies*. Por isso a categorização social ao mesmo tempo em que separa e discrimina as pessoas em diversos grupos, também as aglutina.

Como se viu, as relações no meio escolar e com outros amigos podem ser consideradas dúbias, pois que neste discurso há uma nítida divisão. No entanto, há claramente o temor de um comportamento de segregação por parte de diversas pessoas. O segregacionismo é considerado como um dos fundamentos principais para o preconceito, pois é uma ação discriminatória (Rodrigues, Assmar & Jablonski, 2000).

Conforme Tajfel (1982b) havia declarado, as crenças sustentam a categorização social. Como estas são cognições, as pessoas conseguem criar uma imagem que está presa geralmente à um afeto. É isto que permite que as pessoas possam caracterizar as ações dos *cosplayers* enquanto “interessantes” ou “estranhas”. É a formação não somente do estereótipo como também do preconceito e da discriminação. Isto é, em termos relativos, pensamento, atitude e conduta (Rodrigues et al., 2000).

Entre os 12 entrevistados, foi questionado se o fato de serem *cosplayers* havia alterado sua dinâmica familiar. Excetuando-se um informante (n° 11) todos os outros afirmaram que as suas famílias aceitavam o fato, embora cinco deles (n° 1, n° 2, n° 3, n° 4 e n° 7) tenham dito que isto ocorresse com certas ressalvas. Melucci (1997), ao falar sobre a adolescência atual, faz considerações que se mostram apropriadas ao conjunto de entrevistados com o qual se lidou:

“(…) a adolescência parece estender-se acima das definições em termos de idade e começa a coincidir com a suspensão de um compromisso estável, com um tipo de aproximação nômade em relação ao tempo, espaço e cultura. Estilos de roupas, gêneros musicais, participação em grupos, funcionam como linguagens temporárias e provisórias com as quais o indivíduo se identifica e manda sinais de reconhecimento para outros” (p. 9).

O quadro nº 12, apresentado a seguir, resume informações obtidas sobre a reação da família do entrevistado à sua prática de *cosplayer*. Mais uma vez, trata-se da resposta tal como percebida pelo entrevistado.

Quadro 12 – Reação da Família do Participante à sua Prática de Cosplay

Participante	Reação de componentes da família
1	Irmão gosta, mas não tem coragem de fazer. Mãe acha bobo, estranho, mas, aceita. Pai e mãe reclamam do tamanho da roupa (“muito pelada”).
2	Irmão faz gozação e tem uma comunidade “minha irmã é estranha”, mas fica tudo bem. Mãe acha estranho, coisa de criança, mas entra no jogo. Pai não liga.
3	Irmão faz cosplay. Pai não gosta porque acha que estão ficando viciados em cosplay. Pais têm receio no caso do irmão, pois parece coisa de homossexual. Avó curte.
4	Irmão não gosta, acha estranho, anormal. Pais curtem principalmente depois que apareceu na TV e no jornal.
5	Mãe aceita e ajuda a fazer. Uma irmã está começando a fazer. Tem outra irmã que é “emo”.
6	Pais aceitam, sem muito interesse. Debocham um pouco dizendo que parece coisa de religião, de organização secreta.
7	Irmão não liga, assim como o pai. Mãe achou as roupas estranhas, no começo, mas agora até ajuda.
8	Irmã estranhou no começo, mas depois curtiu. Mãe não liga. Pai acha superlegal, diz que é teatro e que permite viajar.
9	Irmãs e mãe estranharam no começo, mas depois curtiram.
10	Sem qualquer problema. Irmã curte. Mãe quis ajudar. Pai achou normal.
11	Tem dificuldades. Mãe (só fala da mãe) não aceita, acha que tudo que vem do Japão é demoníaco.
12	Mãe não gosta muito, mas às vezes se empolga. Pai ajudou. Ambos aceitam bem.

Desta maneira, parece existir certa compreensão por parte dos familiares de que os *cosplays* são somente um *hobby*. Embora com certa precaução, a família, no geral não se incomoda com tal hábito. É possível que a preocupação gire em torno de uma possível “obsessão” ou desenvolvimento de algum aspecto violento quando os seus filhos entram em contato com este tipo de mídia. O que é comumente observado na relação entre pais e filhos (Arnaldo & Finnstrom, 1999; Jones, 2004).

Duas entrevistadas mencionam restrições associadas com aspectos sexuais: uma fala em pouca roupa (entrevistada nº 1) e outra, referindo-se ao irmão que também usa

as vestimentas, menciona que os pais temem possível associação com homossexualismo (informante n° 3). Como apenas a entrevistada n° 11 reportou que a família (principalmente sua mãe, referida nesta partícula) não a apoiava em sua conduta, é importante expor sua verbalização:

“Olha ela tem essa opinião por que ela gosta muito de ouvir o que as outras pessoas falam. Mas ela não... é por que ela já é velha, e assim, ela não gosta de pesquisar, então assim a gente que pesquisa sabe as origens, sabe tudo, não, não tem só a opinião dos outros, tem a nossa própria opinião, então a gente sabe o que é bom o que é ruim, mas como eles não tem esse interesse em pesquisar então, então é tudo a mesma coisa, desde que a pessoa diga até o que eles não conhecem, então tudo do Japão prá eles é demoníaco”.

De maneira geral, nas entrevistas houve apenas uma leve menção a alguma oposição por parte da família, como visto nas entrevistas n° 2 e n° 3 respectivamente:

“Ah não sei, eu acho que ela cansou né?! É, vai ficar falando sempre ‘que isso é coisa de criança’, ‘que isso é besteira’, ‘que eu tô inventando moda, inventando moda, inventando moda’ e vê que isso não acaba e que já dura dois anos”.

“E... é, é mais mamãe não quer que eu faça muito esse negócio, mas assim, desde que eu não faça isso todo o dia tá bem, tanto que não tão querendo que eu faça um agora e também e quer que eu comece a não falar muito entendeu? Por que senão eles pensam que a gente tá viciando, e nem tem como falar entendeu?”.

Embora possa haver leves traços de isolamento com relação aos grupos de sua faixa etária, no seio da família parece existir um vínculo de confiança em alto grau. Isso pode ser característico não somente das relações intra-grupais satisfatórias, como também de um período das vidas deles em que há adaptação às responsabilidades do cotidiano:

“Conseqüentemente, a identidade social dum indivíduo concebida como o conhecimento que ele atribui a essa

pertença só podem ser definidos através dos efeitos das categorizações sociais que dividem o meio social do indivíduo no seu próprio grupo e em outros” (Tajfel, 1982b, p. 294).

É possível, não obstante, que a busca de algum tipo de coerência essencial entre escolhas de grupos de adolescentes e significados perfeitamente identificáveis – inclusive por eles – destas opções, não seja a estratégia interpretativa mais apropriada como uma das explicações para este fenômeno aqui estudado.

Tal busca por condições favoráveis pressupõe que a mencionada coerência exista já estabelecida, o que pode ser um equívoco, uma vez que o conjunto de responsabilidades a que os informantes devem responder não exige nexos em tal nível. Pode ser mais interessante pensar em termos de processos que estão em curso, como a própria identificação, ou seja, em termos de práticas que estão sendo testadas/experimentadas, às vezes muitas delas ao mesmo tempo.

Algumas dessas condutas se fortalecem e continuam integrando o repertório de rotinas de certos grupos em decorrência da configuração das partes da vida dos indivíduos que os compõem, outras se tornam desinteressantes e são descartadas, pelo menos por esses mesmos indivíduos.

Uma decorrência óbvia é que, no processo de teste/experimentação, as delimitações da abrangência dos grupos tendem a se mostrar incertas, considerando que não há no caso, tradições cristalizadas. É possível pensar, então, que esteja em jogo um processo de construção identitária que se refaz a cada novo contexto que se torna significativo, ou apenas proeminente naquele momento, para o indivíduo. Melucci (1997) faz considerações que podem ser usadas em apoio às proposições delineadas acima:

“Os meios de comunicação, o ambiente educacional ou de trabalho, relações interpessoais, lazer e tempo de consumo geram mensagens para os indivíduos que por sua vez são chamados a recebê-las e respondê-las com outras mensagens. O passo da mudança, a pluralidade das participações, a abundância de possibilidades e mensagens oferecidas aos adolescentes contribuem todos para debilitar os pontos de referência sobre os quais a identidade era tradicionalmente construída. A possibilidade de definir uma biografia contínua torna-se cada vez mais incerta” (p. 10).

Uma perspectiva como essa evidencia que a noção de identidade apresenta-se como especialmente relevante para a caracterização e discussão de processos vividos durante a adolescência. Como ressalta Esteves (2003), em trabalho também realizado com adolescentes indica que a construção social da identidade está no centro de um jogo complexo, pois que se pode considerar que ocorre um movimento de constante refluxo que produzem e reproduzem um conjunto de definições identitárias frutos de uma multiplicidade de experiências baseadas em aspectos cognitivos e afetivos indizíveis. Estas práticas derivadas dos níveis interindividuais e intergrupais dos sistemas de comunicação promovem simbologias que permitem a acessibilidade e reflexões sobre novas junções psicossociais estabelecendo sempre um *dever* que possibilita o ressurgimento da identidade social.

Essa visão de identidade deve dar conta do fato de que cada indivíduo vive, simultaneamente, “múltiplas pertinências” (Serres, 1995). A vivência dessas múltiplas pertinências implica que cada indivíduo esteja permanentemente avaliando como se percebe e se sente afetivamente em cada uma delas o que envolve aspectos de sua formação cultural, familiar, profissional, ideológica, ética, além de, se for o caso, ter que lidar com possíveis contradições entre elas.

Assim como também percebe que os indivíduos que pertencem a cada um desses grupos o avaliam e como reagem afetivamente em relação a si, e como cada indivíduo que lhe seja significativo ajuíza essas várias pertinências. Falar de identidade em tal sentido é falar de um processo contrastante, ou seja, que exige aprendizagem decorrente da apreciação das diferenças (Esteves, 2003; Serres, 1995).

Carrano (2003), nessa mesma linha, argumenta que a constituição da identidade se define a partir de um conjunto de relações:

“Assim, identidade é, em realidade, um *eu múltiplo*, que não é uma coisa, mas um processo de *identização*; de negociações constantes entre as diferentes experiências de vida. A identidade individual será tanto mais consciente quanto mais conseguir realizar negociações entre as partes que a fazem existir” (p. 125).

Melucci (1997), mais uma vez, referindo-se especificamente à adolescência, diz que para lidar com as flutuações e metamorfoses que os envolvem, os adolescentes buscam enraizar o processo de formação de identidade no tempo presente. Isso quer dizer que seus canais de comunicação com todos os acontecimentos à sua volta devem

ser mantidos abertos, e não há como se confinarem aos limites do pensamento racional – a alternativa sendo os contatos imediatos e intuitivos com a realidade. Adquirir atributos da vida adulta pode ser entendido como, sendo reflexivo e um aprendizado contínuo que desenvolve a capacidade de produzir nova identidade, integrando diversos momentos, na unidade e na continuidade de uma biografia individual.

O conceito de identidade social de Tajfel pressupõe que características de cada grupo estão sendo permanentemente contrastadas, e a partir desse mecanismo de comparação ou competição os participantes decidem a continuidade de sua pertença em determinado agregado (Doise et al., 1980; Tajfel & Forgas, 1981; Turner, 1975). Se a comparação é favorável ao grupo o indivíduo encontra razões para o fortalecimento de sua pertença.

Se a comparação é desfavorável ao grupo, o indivíduo tende a considerar a possibilidade de afastamento, que poderá se concretizar caso existam condições objetivas de suporte para tal. O que significa que a vinculação grupal pode se desfazer quando o grupo em questão é extremamente desvalorizado. Em alguns casos, muitos indivíduos podem não ter como alterar os aspectos de sua vida que funcionaram como determinantes de sua pertença a tal associação social.

As falas dos entrevistados, realmente, estão repletas de menções a diferentes grupos ou tribos, que são verbalizados, na maior parte das vezes, de forma que destaca sua maior ou menor proximidade, seu caráter mais ou menos estranho, revelando o processo de comparação social. Uma rápida olhada nas respostas detecta menções a dezenas de grupos ou tribos como, por exemplo: “CDF”, “pagodeiro”, “turma da micareta”, “pessoal do *visual kay*”, “*gothic lolita*”, “*aristocratic lolita*”, “*punk lolita*”, “emo”, “praticante de RPG”, “*otaku*”, “patricinha”, “pessoal da minha rua”, “metaleiro”, “turma da *rave*”, “*nerd*”, “turma da universidade”, “turma do futebol”, “colega de igreja”, “normalzão” e “galera do anime”. Não parece absurdo dizer que alguns desses grupos são quase virtuais, o que não impede sua manifestação na realidade.

A diferença marcante para os grupos com os quais lidam os adultos que já ocupam papéis sancionados na vida social é o fato de que eles não vivem condições objetivas que os permita entrar e sair de qualquer grupo em qualquer momento. Como não vivem mais a fase aguda de construção da identidade social, suas transformações identitárias são muito menos abruptas, pois devem coerência aos que povoam os ambientes institucionais em que circulam.

Não se deve pensar, também, que qualquer jovem tem a mesma probabilidade de participar de algum outro grupo. Características cognitivas e de personalidade em interação com sua formação familiar, escolar, cultural, e, no contato com os pares, além da condição socioeconômica vivida, determinam estereótipos e preconceitos. Estes por sua vez definem antecipadamente diferentes chances do indivíduo sentir-se bem acomodado em certos grupos e sentir-se afastado de outros. O que poderá ou não se confirmar no contato direto com os sujeitos em questão.

O fato de uma associação do qual se participa gerar estranhamento em muitas pessoas, sem que estejam presentes condições objetivas e socialmente ancoradas que naturalizem uma desvalorização concreta pode parecer rebeldia ao primeiro olhar. No entanto, ainda que “rebeldia mediada” pelos meios de comunicação cujo controle não está nas mãos dos jovens, deve, por outro lado, ser visto como busca de aceitação.

Alguns jovens poderão lidar com diferentes grupos, experimentando e avaliando sensações de pertencimento, vivendo em condições de “adolescência protegida”. Outros o farão vivendo condições de risco. Todas essas experiências representarão instâncias de aprendizagem sobre a função prática da categorização social e do estabelecimento de contrastes que ela implica. Representarão, portanto, contribuições para a definição da identidade (ou identidades) social adulta que os caracterizará de forma mais duradoura.

É claro que a configuração das vinculações a determinados grupos relatada por um adulto cinco anos atrás, não se mostrará inteiramente diversa se aferida no presente, cinco anos depois. No caso de jovens como os que foram investigados, é pouco provável que uma situação como essa seja constatada.

A probabilidade de que sua vida esteja em estágio bastante distinto, com outras exigências e outras responsabilidades, pode tornar provável que os jovens que participaram da investigação, e que já se dedicam há alguns anos à prática de *cosplay*, em sua maior parte, não sejam reencontrados daqui a cinco anos ainda como *cosplayers*. Tal afirmação, certamente, sugere outra possibilidade de investigação.

Antes de encerrar o texto, vale lembrar que ao definir os objetivos da investigação foram propostas algumas quase-hipóteses decorrentes de informações colhidas em um primeiro contato formal com *cosplayers*. Elas são retomadas nesse ponto, apenas para alguns comentários a respeito de cada uma delas:

Com relação aos objetivos desta tese, os mesmos foram alcançados e baseados na técnica de Hiernaux (1997). Os objetivos gerais foram respondidos com a demarcação sócio-demográfica (ver quadro nº 1) e motivacional (ver quadro nº 9)

desses *cosplayers*. O quadro n° 2 mostra que a origem da modalidade de comportamentos que compete a este grupo não é originária do Brasil.

Conforme o exposto até este ponto pode-se indicar então como consecução que das três semi-hipóteses lançadas, somente uma não foi comprovada. As demais foram confirmadas. Embora haja a possibilidade de ser montar um *cosplay* que não seja da mídia nipônica (ver Coelho Junior & Silva, 2007), nesta presente pesquisa, todos os *cosplayers* estavam embasados da cultura popular japonesa, como pode ser notado nos quadros n° 2 e n° 3. Sendo assim a primeira suposição foi confirmada.

A conjectura que versava sobre a possibilidade da internet ser um ambiente privilegiado como ponto de partida para a confecção de *cosplays* não pôde ser constatada. Tal fato deriva de que os *cosplayers* utilizam mais a Web para outras atividades que não estejam relacionadas diretamente a construção das fantasias (ver quadro n° 4). No entanto, conforme o Anexo VIII pode-se verificar que há uma quantidade razoável de material depositado no mundo virtual. Fica a sugestão de que novos estudos utilizando a internet como campo de pesquisa, devam ser realizados.

Uma terceira condição especulava que a identificação social dos *cosplayers* teria como sustento, os aspectos psicológicos das personagens. O que se descobriu, no entanto, foi que as facetas desta identidade são limitadas pelas categorias estruturais “performance” e “diversão” (ver quadro n° 7).

No que diz respeito aos atributos psíquicos (“personalidade”), aparentemente estes mantêm uma pequena superioridade sobre qualquer outro aspecto na escolha do *char* alvo para um *cosplay* (ver quadro n° 9). Assim, enquanto a essência motivacional da escolha de uma personagem é uma referência psíquica, as duas facetas são as bases identitárias deste grupo. Desta maneira, o atributo “personalidade da personagem” caracteriza-se como o suporte para as duas categorias estruturais da identidade social.

A seguir, percebeu-se a especial expectativa que a amostra possui para com os encontros e convenções de *cosplayers*, perfazendo como visto antes, um sentido de identidade social a partir dos conceitos de categorização social e comparação social (Tajfel, 1982a). Pode-se dizer então que o objetivo das reuniões deles também é o entrosamento e fortalecimento do grupo. Por fim, como foi compreendida, a comunicação de massa possui certo poder para encorajar as pessoas a produzirem seus *cosplays*, o que a caracteriza também como uma das responsáveis por tal fenômeno. Desta feita, remete-se às considerações finais.

5. CONCLUSÃO

Como visto até então, o estudo sobre *cosplayers* pode ser interessante por que deriva de uma perspectiva originalmente transcultural. Se por um lado, a cultura popular oriental e mais especificamente japonesa é algo bem atípica, por outro lado, conseguiu seu espaço no meio social brasileiro.

A descrição de como isto ocorre pode ser considerada uma das inovações atribuídas a esta pesquisa. No entanto, é necessário recordar que as culturas estão cada vez mais se aproximando uma das outras e muitas vezes isto ocorre sem que as pessoas percebam (ver em Giddens, 1991; Gravett, 2004).

Exemplos disto podem ser verificados no Anexo IX onde há fotografias da festa cultural dos “Dias Medievais de Castro Marin”, que ocorre anualmente naquela localidade no sul de Portugal. Os habitantes travestem-se de cavaleiros e princesas medievais, guerreiros celtas e árabes, demonstrando que valorizam a mescla cultural de sua região. No Anexo X há fotografias da estátua de Tsunenaga Hasekura, japonês que viajou com 18 samurais à Espanha para firmar relações comerciais a serviço do Shogum. Em Coria del Rio, próxima à Sevilha, estabeleceram-se entre 1617 e 1618 alguns japoneses que hoje possuem descendentes. Desde então há um festival japonês nesta cidade e uma estátua sua homenageando as boas relações que ambos os países possuem, demonstrando a união ocidente-oriental. E é desta aproximação de que também se trata esta tese.

No entanto, qualquer estudo tem a possibilidade de possuir limites, o que é natural, sendo a ciência uma criação da humanidade. No caso desta apresentação, o extremo que indica a linha divisória dos resultados que comprovam as hipóteses e a impossibilidade de ir à frente se dá na constatação da amostra.

Embora a população que serviu de modelo, isto é, os capixabas, tenham sido muito bem descritos em termos gerais em outros estudos regionais (como por exemplo: Garcia, 2004; Nascimento & Menandro, 2002; Suda, 2005) a utilização de amostras que sejam de outras regiões e talvez de outros países passe a ser atraente também.

Outro limite da tese foi a impossibilidade de utilizar um programa de análise textual como, por exemplo, o ALCESTE ou o EVOC, para melhor validar, ao menos, as informações concernentes as evocações dos informantes. A pequena amostra não possibilitou sua utilização. Apesar disto, dado o caráter ligeiramente inovador da

pesquisa, a tomada de decisão por uma população menor assegurou a operacionalização das semi-hipóteses e o êxito quanto aos objetivos estabelecidos.

Por fim, o último obstáculo referente a um estudo mais amplo e profundo, pode ser indicado como a falta de material referencial na internet dos *cosplayers* que participaram dessa pesquisa. A grande maioria deles parece não ter uma ligação efetiva com o costume ao se utilizar seus nomes em *sites* de busca. O que coaduna com a hipótese de que a internet não substituiu totalmente os contatos diretos entre *cosplayers*.

Apesar disso, parece indubitável que a pesquisa apresentada pode ser percebida como mais uma origem para novos filões de estudos sobre a identidade social, um tema interessante e essencial para a descoberta dos mecanismos que regem a sociedade. Tão intimamente ligado ao que ocorre nos grupos sociais está a potência da *mass culture* e sua imensa capacidade de intervenção.

Conforme Bruschi (2003), a identidade está se fraturando cada vez mais pelos eventos interligados que ocorrem ao redor do mundo. A mídia pode ser um dos pontos de início destas alterações. Isto se dá pelo seu poder de persuasão e alto grau de ligação cultural que existe entre os diversos temas tratados e as pessoas.

Entre os diversos assuntos, estão os da mídia japonesa que aos poucos estão adentrados na cultura brasileira (Coelho Junior, 2005; Coelho Junior & Silva, 2007). Como existe um apelo aos mitos das sagas de heróis em muitos destes materiais não somente os informantes, mas como de uma maneira geral, aqueles que estão conectados firmemente com estas mídias, acabam por sucumbir a este consumismo.

O universo dos *otakus/otomes/cosplayers* parece ser como o mundo platônico, que é perfeito e intangível. Este “ambiente lunar” que nunca pode ser alcançado pelas mãos humanas e sim por suas representações e criatividades são exclusivas do idealismo, onde as relações são impecáveis. Mesmo no desgosto e na morte, a personagem está buscando um efeito ideal através do consumidor. E isto como se pode notar nas pesquisas de Carvalho Junior (2002), e Mendes (2005), é alcançado, quando o *char* captura, escolhe a pessoa.

Guimarães Junior (2004) explica que da mesma maneira que os seres humanos empreendem uma engenharia social quando constroem o mundo em que vivem eles também vão edificando um ambiente paralelo em que suas vidas tornam-se mais especiais. Este virtualismo, no caso dos *cosplayers*, ultrapassa a necessidade do não-contato total com as pessoas, para uma brecha que permite com que o *cosplay* seja o motivo da relação de proximidade entre os indivíduos.

Diferentemente do que na internet, as pessoas não possuem “avatares” isto é, o “corpo virtual”. Diametralmente ao lado oposto a esta idéia, o *cosplayer* refere-se à transformação do ideal em real. O corpo realístico é o da pessoa que é absorvido pela personagem. E esta vinculação que deixa de ser somente “mítica”, passa a ser concreta quando o sujeito atua o seu *herói*. Destarte tal fato, a saga deixa de ser épica e constitui-se em um fluxo mais palpável ainda da criatividade humana que expandida largamente, acaba por constituir uma identidade social distinta das demais.

Algo interessante do qual Nascimento e Menandro (2002) lançam mão em sua pesquisa sobre o folclore regional do Espírito Santo diz respeito à partilha das crenças de membros de um grupo sobre um determinado objeto social, para que essa aglutinação de pessoas seja genuinamente vista como um *grupo social*. As diversas crenças à respeito dos *cosplays* por estes *cosplayers* entrevistados viabiliza o entendimento de que surge uma identidade social nos moldes do que Tajfel (1982a, 1982b) havia explicitado.

Chama atenção também a capacidade de união que as produções culturais conseguem formalizar. Se por um lado a música obtém este resultado (Hall, 2002; Nascimento & Menandro, 2002; Ruud, 1995) esta pesquisa também comprova que os efeitos visuais impõe-se através das vestimentas com esta mesma consequência.

Não se desconsidera a potencialidade musical, no entanto, devem-se levar em consideração os efeitos visuais que atentam a percepção das pessoas sobre determinadas mídias (Fron et al., 2007). Tanto *games* quanto animes, ou mangás, para citar alguns, atingem diretamente a acuidade visual produzindo ativa incitação sobre estes próprios objetos.

Talvez sejam estes os encorajamentos que ajudem a produzir a sensação de relevância entre os *cosplayers*, aumentando por sua vez, o sentimento de pertença ao grupo. As vestimentas são um ponto fundamental para o entendimento da formação desta identidade social pois as pessoas as utilizam também como uma maneira de socializarem-se.

Por fim, este estudo propicia a possibilidade de outro olhar sobre as movimentações subjetivas que ocorrem no cotidiano das pessoas, e dos grupos sociais aos quais estão inseridos. As necessidades de buscar compreensão e acolhimento podem levar os seres humanos desde tempos imemoriais a estarem unidos contra as ameaças da vida natural exterior ao conjunto de indivíduos.

Nos dias de hoje, estas necessidades de acolhimento por parte dos grupos para com as pessoas ainda persiste, e o evento estudado aqui mantém este nível de explicação. Os *cosplayers* são um grupo com identidade social genuína, proveniente de uma potente mescla da cultura popular japonesa que aliada à forte intromissão da cultura de massas consegue aos poucos inserir-se no meio cultural brasileiro, que também já é derivado de uma ampla mestiçagem.

Os *cosplayers* devem ser vistos como um produto que nasce diretamente desta mistura que é tão marcante nos dias em que a globalização se expande por todo o planeta atingindo a todas as pessoas. Portanto não devem ser entendidos como um agrupamento frágil que necessite *a priori* de uma atenção especial ou “terapêutica” por parte da ciência.

Eles não são um movimento político com carga identitária. Por isto não foi identificado a primeira vista um *outgroup* definido. Afora algumas reações hostis, não existe por enquanto uma afluência negativa forte contra eles. Isso leva a crer que como uma identidade social que surge no meio das culturas de massas o processo identitário é transitório.

Por outro lado é importante a sua contínua avaliação para se entender os efeitos da cultura de massa na subjetividade humana, haja vista que a maioria da amostra acompanha estes produtos midiáticos desde a infância. Se de uma maneira, um dos resultantes para estas pessoas foi a criação de uma nova identidade social, por outro lado fica o questionamento se este é o ponto final da confluência entre as diversas vertentes da criatividade humana à respeito do seu convívio grupal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accioly, G. (2001). *Os Nibelungos: Estudo a partir de Richard Wagner e do filme de Fritz Lang*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Agoustinou, M. & Walker, I. (1995). *Social cognition: An integrated introduction*. London: Sage.
- Akemi, S. Os Cosplayers. Recuperado em 31 ago. 2003: www.cosplaybr.kit.net.com.br.
- Albert, P. & Terrou, F. (1990). *História da Imprensa*. São Paulo: Martins Fontes.
- Ali, S. O. & Peynircioglu, Z. F. (2006). Songs and emotions: Are lyrics and melodies equal partners? *Psychology of Music*, 34(4), 511-534.
- Almeida, L. F. (1999). *Espelhos míticos da cultura: Cinema, TV e quadrinhos na Índia*. São Paulo: AnnaBlume.
- Alves, J. M. (2001). Histórias em quadrinhos e educação infantil. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 21(3), 2-9.
- Amâncio, L. (1993). Identidade social e relações intergrupais. In J. Vala & M. B. Monteiro (Orgs.), *Psicologia social* (pp.287-307). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian.
- Andrade, P. R. (2003). *Correlatos valorativos da preferência por desenhos animados: Compreendendo a justificação da agressão*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- Appel, J. & Appel, S. (1994). *Comics da imigração na América*. São Paulo: Perspectiva.
- Aragão, T. A. & Coelho Junior, L. L. (2007). Animesong's: Aspectos psicológicos das letras de músicas dos desenhos animados (www.cienciaeprofissao.com.br). In *Anais, II Congresso Brasileiro de Psicologia: Ciência e Profissão*, 2007, São Paulo.
- Arnaldo, C. A. & Finnström, A. (1999). Juventude e comunicação. In U. Carlson & C. von Feilitzen (Orgs.), *A criança e a violência na mídia* (pp. 39-46) Brasília: Unesco/Ed. Cortez.

- Associação Nacional de Jornalismo. Jornais: Breve história. Recuperado em 29 jun. 2008: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historia/historiadojornal.pdf>.
- Aspers, P. & Skov, L. (2006). Encounter in the global fashion business: Afterworld. *Current Sociology*, 54(5), 802-813.
- Awano, E. (2005). Mangá brasileiro. In S. B. Luyten (Org.), *Cultura pop japonesa: Mangá e animê* (pp. 95-100). São Paulo: Hedra.
- Balkwill, L. L., Thompson, W. F. & Matsunaga, R. (2004). Recognition of emotion in japanese, western, and hindustani music by japanese listeners. *Japanese Psychological Research*, 46(4), 337-349.
- Barral, E. (2000). *Otaku: Os filhos do virtual*. São Paulo: Ed. Senac.
- Bauer, M. W. (2000). Análise de conteúdo clássica: Uma revisão. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Orgs.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático* (pp. 189-217). Petrópolis: Vozes.
- Benedict, R. (1946/2002). *O crisântemo e a espada*. São Paulo: Perspectiva.
- Bergantini, L. P. (2006). *Cristal sides 01*. Vitória: Gráfica Hávila.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1966/2004). *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes.
- Berineau, J. (1998). *Au Japon avec João Rodrigues: 1580-1620*. Paris: Centre Culturelle Calouste Gulbekian.
- Boesch, E. E. (1991). *Symbolic Action Theory and Cultural Psychology*. New York: Springer.
- Bolognini, C. Z. & Payer, M. O. (2005). Línguas de imigrantes. *Ciência e Cultura*, 57(2), 42-6.
- Bosi, E. (2000). *Cultura de massa e cultura popular*. Petrópolis: Vozes.
- Brás, O. Mangá e anime. *Revista Herói* (28 abr. 2006). Recuperado em 27 jan. 2007: www.heroi.com.br.
- Briggs, A. & Burke, P. (2004). *Uma história social da mídia: De Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Brito, L. M. T. (2005). De "papai sabe tudo" a "como educar seus pais": Considerações sobre programas infantis de TV. *Psicologia e Sociedade*, 17(1), 48-55.
- Bruner, J. (1997). *Atos de significação*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- Bruschi, M. E. (2003). Estudos culturais e pós-modernismo: Psicologia, mídia e identidades. In N. M. F. Guareschi & M. E. Bruschi (Orgs.), *Psicologia social*

- nos estudos culturais: Perspectivas e desafios para uma nova psicologia social* (pp. 75-94). Petrópolis: Vozes.
- Bueno, V. F. & Macedo, E. C. (2004). Julgamento de estados emocionais em faces esquemáticas por meio da música por crianças. *Psicologia: Teoria e Prática*, 6(2), 27-36.
- Bussab, V. S. R. & Ribeiro, F. L. (1998). Biologicamente cultural. Em: L. Souza, M. F. Q. Freitas & M. M. P. Rodrigues (Orgs.), *Psicologia: reflexões (im)pertinentes* (pp. 175-194). São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Camino, C., Batista, L., Reis, R., Rique, J., Luna, V. & Cavalcanti, M. G. (1994). A transmissão de valores morais em personagens de TV. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 7(1), 29-46.
- Campos, C. C. G. & Jobim e Souza, S. (2003). Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 23(1), 12-21.
- Candé, R. (1994). *História natural da música*. São Paulo: Martins Fontes.
- Carrano, P. C. R. (2003). *Juventude e cidades educadoras*. Petrópolis: Vozes.
- Carvalho Junior, D. B. (2002). *A morte do herói – Introdução ao estudo de sobrevivência de modelos míticos nas histórias em quadrinhos*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Coelho, M. C. B. (1983). *Estudo sobre a atitude pró-agressiva dos adolescentes pela observação de programas violentos na televisão*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- Coelho Junior, L. L. (2005). Um estudo sobre a violência em duas histórias gráficas. *Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano*, 15(2), 55-68.
- Coelho Junior, L. L. & Silva, S. S. (2007). Cosplayers como fenômeno psicossocial: Do reflexo da cultura de massa ao desejo de ser herói. *Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano*, 17(1), 64-75.
- Coelho Junior, L. L. & Silva, S. S. (2004). Cosplayers como fenômeno psicossocial (CD). In *Anais, XXXIV Reunião da Sociedade Brasileira de Psicologia*, 2004, Ribeirão Preto, SP: CD.

- Conselho Federal de Psicologia. (1999). XIX – Resolução MS n° 196/96. In Conselho Federal de Psicologia (Org.), *Psicologia: Legislação*, 8 (pp. 235-259). Distrito Federal: CFP.
- Costa, B. C. G. (2001). Barbárie estética e produção jornalística: A atualidade do conceito de Indústria Cultural. *Educação e Sociedade*, 4(76), 106-120.
- Costa, S. (2004). Quase crítica: Insuficiências da sociologia da modernização reflexiva. *Tempo Social*, 16(2), 73-100.
- Costalat-Founeau, A. M. (1997.). *Identité sociale et dynamique représentationnelle*. Paris: PUF.
- Couto, W. G. S. & Menandro, P. R. M. (2003). Imagens da adolescência feminina na revista *Capricho*. *Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano*, 13(1), 63-78.
- Cyrne, M. (1997). Heróis e personagens – talvez sim, talvez ficção. *Estudos de Psicologia*, 2(1), 86-108.
- Datte, A. C. (1998). Crise japonesa obscurece a normalização asiática. *Integração*, 15(4), 261-263.
- Debord, G. (2004). *A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- DeFleur, M. L. & Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Dessen, M. A. & Guedea, M. T. D. (2005). A ciência do desenvolvimento humano: Ajustando o foco de análise. *Paidéia*, 15(30), 11-20.
- Diógenes, G. (2003). *Itinerários de corpus juvenis. O baile, o jogo e o tatame*. São Paulo: AnnaBlume.
- Doise, W. (1978). *Groups and individuals: Explanations in social psychology*. Cambridge: Cambridge Press.
- Doise, W. (1998). Social representation in personal identity. In S. Worchell, F. Morales, D. Paéz, & J.-C. Deschamps (Orgs.), *Social identity: International perspectives* (pp. 13-23). Oxford: Blackwell.
- Doise, W. (2002). Da psicologia social à psicologia societal. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 18(1), 27-35.
- Doise, W., Deschamps, J.-C. & Mugny, G. (1980). *Psicologia social experimental*. Braga: Moraes Editores.
- Dufrenne, M. (2004). *Estética e filosofia*. São Paulo: Perspectiva.

- Dumont, L. M. M. & Gattoni, R. L. C. (2003). As relações informacionais na sociedade reflexiva de Giddens. *Ciência da Informação*, 32(3), 64-53.
- Eagleton, T. (1993). *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Elias, N. (1994). *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Emery, E., Ault, P. H. & Agee, W. K. (1973). *Introdução à comunicação de massa*. São Paulo: Ed. Atlas.
- Erausquin, M. A., Matilla, L. & Vasquez, M. (1983). *Os teledependentes*. São Paulo: Summus.
- Esteves, J. R. (2003). *Trajetórias de vida: Repercussões da gravidez adolescente na biografia de mulheres que viveram tal experiência*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória.
- Farr, R. (1996). *As raízes da psicologia social moderna*. Petrópolis: Vozes.
- Fabiano, L. H. (2003). Adorno, arte e educação: Negócio da arte como negação. *Educação e Sociedade*, 2(83), 495-505.
- Federico, M. E. B. (1982). *História da comunicação: Rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes.
- Fiorin, J. L. (1990). *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática.
- Flick, U. (2004). *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Bookman.
- Franco, E. S. (2004). *HQtrônicas: Do suporte papel à rede internet*. São Paulo: AnnaBlume/Fapesp.
- Fresnault-Deruelle, P. (1980). O espaço interpessoal nos comics. In A. Hobbe (Org.), *Semiologia da representação: Teatro, televisão, história em quadrinho* (pp. 125-146). São Paulo: Cultrix.
- Fron, J., Fullerton, T., Morie, J. F. & Pearce, C. (2007). Playing dress-up: Costumes, roleplay and imagination. *Philosophy of Computer Games*. Recuperado em 21 mar. 2008, da Ludica: <http://www.ludica.org.uk/LudicaDress-Up.pdf>.
- Fujino, Y. (1997). *Narração e ruptura no texto visual do Shojo-Mangá: Estudo das histórias em quadrinhos para público adolescente feminino japonês*. Dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Fujino, Y. (2002). *Identidade e alteridade: A figura feminina nas revistas ilustradas japonesas nas eras Meiji, Taishô e Shôwa*. Tese de doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

- Fusari, M. F. R. (1985). *O educador e o desenho animado que a criança vê na televisão*. São Paulo: Loyola.
- Garbin, E. M. (2003). Culturas juvenis, identidades e internet: Questões atuais. *Revista Brasileira de Educação*, 23, 119-135.
- Garcia, W. (2005). *Corpo, mídia e representação*. São Paulo: Thomson.
- Garcia, A. L. (2004). A identidade capixaba em questão: Uma análise psicossocial. *Psicologia & Sociedade*, 16(3), 82-90.
- Giddens, A. (1989). *A constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Giddens, A. (1991). *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Unesp.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2001). *O inquérito: Teoria e prática*. Oeiras: Celta.
- Goldenberg, M. (2005). Gênero e corpo na cultura brasileira. *Psicologia Clínica*, 17(20), 65-80.
- Goldstein-Gidoni, O. (2005). The production and consumption of “japanese culture” in the global cultural market. *Journal of Consumer Culture*, 5(92), 155-179.
- Gontijo, S. (2001). *O Mundo em Comunicação*. Rio de Janeiro: Aeroplano.
- Gravett, P. (2004). *Mangá: Como o Japão reinventou os quadrinhos*. São Paulo: Conrad.
- Guareschi, P. A. (2001). *Comunicação & poder: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes.
- Guimarães, J. G. M. (2002). *Repensando o folclore*. São Paulo: Manole.
- Guimarães Junior, M. J. L. (2004). De pés descalços no ciberespaço: Tecnologia e cultura no cotidiano de um grupo social *on-line*. *Horizonte Antropológico*, 10(21), 123-154.
- Gwilt, A. (2006). Exhibition review: The cutting edge: Fashion from Japan. *Visual Communication*, 5(3), 367-372.
- Habuchi, I., Dobachi, S., Tsuji, I. & Iwata, K. (2005). Ordinary usage of new media: Internet usage via mobile phone in Japan. *International of Journal Japanese Sociology*, 14, 94-108.
- Hagiwara, S. (1998). Japanese television as a window on other cultures. *Japanese Psychological Research*, 40(4), 221-233.
- Hall, P. G. S. (2002). *Question of cultural identity*. London: Sage.
- Hall, C. S., Lindzey, G. & Campbell, J. B. (2000). *Teorias da personalidade*. Porto Alegre: Artmed.

- Harrington, C. L. & Bielby, D. D. (2005). Global television distribution: Implication of TV “traveling” for viewers, fans and texts. *American Behavioral Scientists*, 48(7), 902-920.
- Hiernaux, J.-P. (1997). Análise estrutural de conteúdos e modelos culturais: Aplicação a materiais volumosos. In L. Varello (Org.), *Práticas e métodos em ciências sociais* (pp. 156-202). Lisboa: Gradiva.
- <http://www.cosplaybr.com.br/> Recuperado em 12 out. 2006.
- <http://www.hirameki-fansubs.canet/>. Recuperado em 24 dez. 2006.
- <http://www.radioanimix.com.br/>. Recuperado em 12 out. 2006.
- Horestein, A. B. (2003). Corporeidad y experiência del espacio en la filosofía de Maurice Merlau-Ponty. *Integração*, 33(9), 119-123.
- Inglehart, R. (1994). Modernización y post-modernización: La cambiante relación entre el desarrollo econômico, cambio cultural y político. In J. Diez Nicolas & R. Inglehart (Orgs.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos* (pp. 63-107). Madrid: FUNDESCO.
- Jesuino, J. C. (1993). Estrutura e processos de grupos. Interações e factores de eficácia. In J. Vala & M. B. Monteiro (Orgs.), *Psicologia Social* (pp.258-286). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian.
- Jones, G. (2004). *Brincando de matar monstros. Por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violências de faz-de-conta*. São Paulo: Conrad.
- Kane, M. (2006). Once where peripheral: Creating media capacity in East Asia. *Media, Culture & Society*. 28(6), 835-855.
- Kawamura, Y. (2006). Japanese teens as producers of street fashion. *Current Sociology*, 54(5), 784-801.
- Kindel, E. A. I. (2003). *A natureza do desenho animado sobre o homem, mulher, raça, etnia e outras coisas mais...* Tese de doutorado, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Kodaira, S. I. (1999). Uma análise da pesquisa sobre violência na mídia no Japão, In U. Carlson & C. von Feilitzen (Orgs.), *A criança e a violência na mídia* (pp. 93-123). Brasília: Unesco/Ed. Cortez.
- Koyama-Richard, B. (2007). *Mille ans de manga*. Paris: Flammarion.
- Kunda, Z. (2000). *Social cognition: Making sense of people*. Cambridge: MIT Press.
- Lamarre, T. (2006). Platonic sex: Perversion and shojo anime (parte one). *Animation: An Interdisciplinary Journal*, 1(1), 45-59.

- Leakey, R. E. & Lewin, R. (1980). *Origens*. São Paulo/Brasília: Melhoramentos/UnB.
- Lenzi, C. L. (2006). Para uma imaginação sociológica da ecologia: Uma análise do pensamento de Anthony Giddens. *Ambiente & Sociedade*, 9(1), 15-126.
- Lopes, J. R. (2002). Os caminhos da identidade nas ciências sociais e suas metamorfoses na psicologia social. *Psicologia e Sociedade*, 14(1), 7-27.
- Lopes, L. C. (2004). *O culto às mídias: Interpretação, cultura e contratos*. São Carlos: EdUFSCar.
- Luyten, S. B. (1987). *O poder de difusão dos quadrinhos japoneses como reflexo da sociedade nipônica*. Tese de doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Luyten, S. B. (2002). *Mangá – O poder dos quadrinhos japoneses*. São Paulo: Ed. Hedra.
- Luyten, S. B. (2004). O tripé japonês. *Bravo*, 86(8), 51-53. Nov. 2004.
- Maffesoli, M. (1995). *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Oficinas.
- Maffesoli, M. (2000). *O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense.
- Magalhães Néto, J. V. (2008). Interfaces entre AD e educação: Apontamentos iniciais. In S. Weber & M.S.B. Farias (Orgs.), *Pesquisas qualitativas nas ciências sociais e na educação: Propostas de análise do discurso*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB.
- Mancebo, D. (2002). Modernidade e produção de subjetividades: Breve percurso histórico. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 22(1), 100-111.
- Marcondes Filho, C. (1996). *Televisão: A vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna.
- Martins, A. L. (2003). Da fantasia à história: Folheando páginas revisteiras. *História*, 22(1), 59-79.
- Martins, M. V. (2004). Bourdieu e o fenômeno estético: Ganhos e limites de seu conceito de campo literário. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 19(56), 63-74.
- Masataka, N. (2000). Low anger-aggression and anxiety-withdrawal characteristic to preschoolers in Japanese society where “Hikikomori” is becoming a major social problem. *Early Education and Development*, 13(2), 187-200.
- Máximo, J. (2003a). *A música do cinema*. Volume 1. São Paulo: Rocco.
- Máximo, J. (2003b). *A música do cinema*. Volume 2. São Paulo: Rocco.

- Medrado, B. (2000). Textos em cena: A mídia como prática discursiva. In M. J. Spink (Org.), *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: Aproximações teóricas e metodologias* (pp. 243-271). São Paulo: Ed. Cortez.
- Meireles, S. M. (2003). O ocidente redescobre o Japão: O Boom de mangás e animes, *Revista de Estudos Orientais*, 4(2), 203-211.
- Melucci, A. (1997). Juventude, tempo e movimentos sociais. *Revista Brasileira de Educação*, 6/7, 5-14.
- Menandro, M. C. S. (2004). *Gente jovem reunida: Um estudo de representações sociais da adolescência/juventude a partir de textos jornalísticos (1968/1974 e 1996/2002)*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória.
- Mendes, A. L. S. (2005). Shinji Ikari: A saga do herói mitológico nos quadrinhos japoneses. In *Anais, XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, <http://hdl.handle.net/1904/18235>, Rio de Janeiro: Núcleo de Pesquisa da Intercom. Recuperado em 02 dez. 2005.
- Miura, K. & Koike, M. (2003). Judgment, interpretation and impression of gaze direction in an Ukiyo-e picture. *Japanese Psychological Research*, 45(4), 209–220.
- Moliné, A. (2004). *O grande livro dos mangás*. São Paulo: Ed. JBC.
- Moliner, P. (1996). *Images et représentations sociales: De la théorie des représentations à l'étude des images sociales*. Grenoble: PUG.
- Monte, S. Governo japonês quer subsidiar animes no mundo. *Revista Herói* (15 abr. 2005). Recuperado em 03 mai. 2005: www.heroi.com.br.
- Moreira, A. S. (2003). Cultura midiática e educação infantil. *Educação & Sociedade*, 24(85), 1203-1235.
- Moreira, E. H. (2002). *A mídia e o exercício do poder na atualidade*. Santa Cruz do Sul: Edunisc.
- Munné, F. (1998). Constructivismo, construccionismo y complejidad: La debilidad de la crítica en la psicología construccional. *Psicología e Sociedade*, 10(2), 76-94.
- Muñoz, Y. G. G. (2004). Ainda a ideologia? *Integração*, 39(1), 357-364.
- Nagado, A. (2005). O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In S. B Luyten (Org.), *Cultura pop japonesa: Mangá e animê* (pp. 49-57). São Paulo: Hedra.

- Nascimento, A. R. A. & Menandro, P. R. M. (2002). *Canto de tambor e sereia: Identidade e participação nas bandas de congo da Barra do Jucu*. Vitória: EdUFES.
- Neiva Junior, E. (1986). *A imagem*. São Paulo: Ática.
- Neves, M. L. (2007). Laboratório Fashion. *Revista Época*, 472, p. 82. 04 jun. 2007.
- Ng, B. W.-M. (2006). Street fighter and the king of fighters in Hong Kong: A study of cultural consumption and localization of japanese games in an asian context. *Game Studies*, 6. Recuperado em 22 mar. 2008, do acervo eletrônico do Games Studies Journal: <http://dti.uvg.edu.gt/pages/recursos-acadE9micos/herramientas-de-bFAsqueda/googleacademico.php>.
- Nicolaci da Costa, A. M. (2002). Internet: A negatividade do discurso da mídia versus a positividade da experiência pessoal. À qual dar crédito? *Estudos de Psicologia*, 7(1), 25-35.
- Niu, W. & Sternberg, R. J. (2001). Cultural influences on artistic creativity and its evaluation. *International Journal of Psychology*, 36(4), 225-241.
- Novaes, J. V. & Vilhena, J. (2003). De Cinderela a Moura Torta: Sobre a relação mulher, beleza e feiúra. *Interações*, 15(8), 9-36.
- Ogino, T. (2004). Managing categorization and social withdrawal in Japan: Rehabilitation process in a private support group for Hikikomorians. *International Journal of Japanese Sociology*, 13(1), 120-133.
- Oguchi, T. & Kikuchi, H. (1997). Voice and interpersonal attraction. *Japanese Psychological Research*, 39(1), 56-61.
- Okakura, K. (1906/2007). *O livro do chá*. Lisboa: Edições Cotovia.
- Operário, D. & Fiske, S. T. (1999). Integrating social identity and social cognition: A framework. In D. Abrams & A. Hoog (Orgs.), *Social identity and social cognition* (pp. 26-54). Oxford: Blackwell.
- Pais, J. M. (1996). *Culturas juvenis*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- Parkinson, B. (1997). Untangling the appraisal-emotion connection. *Personality and Social Psychology Review*, 1(1), 62-79.
- Pasquali, L. (1999). *Instrumentos Psicológicos: Manual Prático de Elaboração*. Brasília: LabPam/IBAPP.
- Pedersen, W. (1994). Rites of passage in high modernity. *Young*, 2(1), 21-32.
- Peralva, O. (1990). *Um retrato do Japão*. São Paulo: Moderna.

- Pickering, M. & Keightley, E. (2006). The modalities of nostalgia. *Current Sociology*, 54(4), 919-941.
- Polito, R. (2005). *Cenas japonesas: Crônicas de um brasileiro em Tóquio*. São Paulo: Ed. Globo.
- Queiroz, R. S. & Otta, E. (2000). A beleza em foco: Condicionantes culturais e psicobiológicos na definição da estética corporal. In R. S. Queiroz (Org.), *O corpo do brasileiro. Estudos de estética e beleza* (pp. 13-66). São Paulo: Ed. Senac.
- Rasera, E. F. & Japur, M. (2005). Os sentidos da construção social: O convite construcionista para a psicologia. *Paidéia*, 15(20), 21-29.
- Rezende, A. L. M. & Rezende, N. B. (1989). *A tevê e a criança que te vê*. São Paulo: Cortez.
- Ribeiro, D. (1968/1987). *O Processo civilizatório: Estudos de antropologia da civilização*. Petrópolis: Vozes.
- Ribeiro, D. (1975). *Teoria do Brasil: Os brasileiros*. Livro I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Rocha, M. S. P. M. L. (2005). *Crianças televisão e animes: Intertextos*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Rodrigues, A., Assmar, E. M. L. & Jablonski, B. (2000). *Psicologia social*. Petrópolis: Vozes.
- Rosa, A. C. P. S. & Ferreira, H. M. C. (2008). Imagens corporais e práticas culturais juvenis. In M. L. M. B. Oswald & R. M. R. Pereira (Orgs.), *Infância e juventude – narrativas contemporâneas* (pp. 201-213). Petrópolis/Rio de Janeiro: DP et alii/Faperj.
- Ruud, E. (1995). Music and the media: The soundtrack behind the construction of identity. *Young*, 3(2), 34-45.
- Sakamoto, N., Martin, R. G., Kumano, H., Kuboki, T. & Al-Adawi, S. (2005). Hikikomori, is it a culture-reactive or culture-bound syndrome? Nidotherapy and a clinical vignette from Oman. *The International Journal of Psychiatry in Medicine*, 35(2), 191-196.
- Santaella, L. (2004). *Corpo e comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Saperas, E. (1987). *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas*. Porto: Edições Asa.

- Sartori, G. (2000). *Homo videns: Televisão e pós-pensamento*. Lisboa: Terramar.
- Schmaedecke, J. L. C. (2002). *O desenho animado na TV: Uma análise do anime Pokémon*. Dissertação de mestrado, Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba.
- Serres, M. (1995). *A lenda dos anjos*. São Paulo: Aleph.
- Severiano, M. F. V. (1999). *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – os ideais narcísicos da publicidade na TV: Produção e consumo*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 25-44.
- Silva, S. S. & Coelho Junior, L. L. (2004). Cosplayers de Aracaju: Uma pesquisa em psicologia social. (p. 122). In *Anais, 1º jornada sergipana de pesquisa em psicologia: Qualidade ética na pesquisa*, 2004, Aracaju, SE.
- Skov, L. (1996). Fashion trends japonisme and postmodernism: Or “What is so japanese about Comme des Garçons?”. *Theory, Culture & Society*, 13(3), 129-151.
- Souza, M. (2003). Televisão, violência e efeitos midiáticos. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 23(4), 82-87.
- Steinberg, M. (2006). Immobile sections and trans-series moviment: Astroboy and the emergence of anime. *Animation: an Interdisciplinary Journal*, 1(2), 190-206.
- Strasburger, V. C. (1999). *Os adolescentes e a mídia: Impacto psicológico*. Porto Alegre: Artmed.
- Strayer, F. F. (2000). Decentration, communication and collective survival: Reflections on the evolution of human culture. *Culture & Psychology*, 6(2), 161-168
- Strohschoen, A. M. (2004). *Mídia e memórias coletivas*. Santa Cruz do Sul: Edunisc.
- Suda, J. R. (2005). *Identidade social em movimento: A comunidade japonesa na grande Vitória (ES)*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória.
- Tajfel, H. (1982a). *Grupos humanos e categorias sociais: Estudos em psicologia social*. Volume 1. Lisboa: Livros Horizonte.

- Tajfel, H. (1982b). *Grupos humanos e categorias sociais: Estudos em psicologia social*. Volume 2. Lisboa: Livros Horizonte.
- Tajfel, H. & Forgas, J. P. (1981). Social categorization: Cognitions, values and groups. In J. P. Forgas (Org.), *Social cognition. Perspectives on everyday understanding* (pp. 113-140). London: Academic Press.
- Tanizaki, J. (1933/2007). *Em louvor da sombra*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Tazawa, Y., Matsubara, S., Okuda, S., Nagahata, Y. (1973/1985). *História cultural do Japão – Uma perspectiva*. Brasília: Ministério dos Negócios Estrangeiros do Japão.
- Turner, J. C. (1975). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 5, 149-178.
- Turner, J. C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorization theories. In N. Ellemers, R. Spears, & B. Doornik, (Orgs.), *Social Identity* (pp. 6-34). Oxford: Blackwell.
- Vergueiro, W. (1985). *Histórias em quadrinhos: Seu papel na indústria de comunicação de massa*. Dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- von Feilitzen, C. & Bucht, C. (2002). *Perspectivas sobre a criança e a mídia*. Brasília: UNESCO, SEDH/Ministério da Justiça.
- Watanuki, J. (1986). Is there a “japanese-type welfare society”? *International Sociology*, 1(3), 259-269.
- Yanaze, L. L. H. (2002). A linguagem publicitária dirigida ao público infantil nos contextos brasileiro e japonês. In M. I. Guilhardi & V. H. Barzotto (Orgs.), *Nas telas da mídia* (pp. 157-169). Campinas: Alínea.
- Yonezawa, Y., Sakata, S., Shimizu, I., Torikai, S.-I. & Komatsu, M. (2003). O culto mundial ao desenho animado japonês. *Nipônia*, 27, 4-16.
- Yoshii, H. (2005). Palavras de saudação de Hiroshi Yoshii. In S. B. Luyten (Org.), *Cultura pop japonesa: Manga e animê* (pp. 137-139). São Paulo: Hedra.
- Zimmerman, D. H. (1998). Identity, context and interactions. In S. Widdicombe & C. Antaki (Orgs.), *Identities in talk* (pp. 87-106). London: Sage.
- Zuin, A. A. S. (1998). *A indústria cultural e a formação dissimulada: Aspectos psicológicos da experiência educacional danificada*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

Zuin, A. A .S. (2001). Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural.
Cadernos CEDES, 21(54), 09-18.

Zuin, A. A. S. (2006). A vingança do fetiche: Reflexões sobre indústria cultural,
educação pela dureza e vício. *Educação e Sociedade*, 27(94), 71-90.

ANEXOS

ANEXO I

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM COSPLAYERS

IDENTIFICAÇÃO

- 01 – Idade:
- 02 – Sexo:
- 03 – Nível de escolaridade:
- 04 – Origem étnica:

HISTÓRIA PESSOAL

- 05 – Como foi seu primeiro contato com o mundo do cosplay? Qual sua idade na época?
- 06 – Como você explica seu interesse ou sua motivação para participar, para tornar-se um cosplayer?
- 07 – Há quanto tempo isso ocorreu?
- 08 – Você já havia participado ou ainda participa de alguma outra atividade similar, de algum outro grupo que possa ser considerado do mesmo tipo?
- 09 – De lá para cá, de quais eventos você já participou?
- 10 – Qual você considera que tenha sido o mais interessante desses eventos? Por que?
- 11 – Fazer cosplay trouxe alguma mudança na sua vida escolar, nas suas relações na escola?
- 12 – Fazer cosplay trouxe alguma mudança em relação ao seu grupo de amigos?
- 13 – Fazer cosplay trouxe alguma mudança nas suas relações familiares?
- 14 – Você tem namorado(a)? O que ele(a) pensa de cosplay?
- 15 – Nos seus contatos via internet e em relação ao tempo em que você fica na internet, que importância relativa tem o cosplay?
- 16 – Você vê animes ou lê mangás? Há quanto tempo?
- 17 – No seu caso, existe alguma relação entre animes e mangás e o fato de estar fazendo cosplay?

COSPLAY FOCO

- 18 – Nome do cosplay que estava sendo feito (ou do último que fez):
- 19 – Qual a história desse personagem?
- 20 – Por que você escolheu esse personagem?
- 21 – Foi difícil ou foi fácil fazer esse cosplay? Por que?
- 22 – Explique o tipo de identificação afetiva que existe entre você e o personagem escolhido:

EVOCAÇÃO

- 23 – Para terminar, diga cinco (5) palavras que lhe vêm à cabeça quando você ouve a palavra cosplayers, ou seja, cinco (5) palavras que você associa com cosplayers.

ANEXO II

TERMO DE CONSENTIMENTO PARA PARTICIPAÇÃO EM PROJETO DE PESQUISA

Concordamos em participar do projeto de pesquisa abaixo discriminado, nos seguintes termos:

Projeto: Cosplayers como Fenômeno de Identidade Social
Responsável: Leconte de Lisle Coelho Junior
Orientador: Prof. Dr. Paulo Rogério Meira Menandro
Instituição: Universidade Federal do Espírito Santo – Programa de Pós-Graduação em Psicologia. CONTATO: 3335 -2501 (UFES/PPGP)

Justificativa e objetivo da pesquisa:

Este estudo visa entender o que leva as pessoas a produzirem cosplays, ou seja, o que origina o comportamento de criar e usar roupas de heróis de desenhos animados e mangás japoneses e quais as conseqüências de tal motivação. O objetivo da pesquisa é a caracterização sócio-demográfica e motivacional dos indivíduos que aderem às atividades que se constituem comuns aos cosplayers e que participam dos eventos promovidos com o objetivo de fomentar a interação entre eles.

Descrição dos procedimentos a que o participante será submetido:

Serão realizadas entrevistas com cerca de 20 cosplayers. A coleta de dados será realizada em local designado pelos entrevistados e conforme disponibilidade dos mesmos. As entrevistas serão registradas por meio de gravador sempre que o participante concordar. Fica assegurado o uso estritamente acadêmico do material registrado. O anonimato do participante será mantido. Os participantes de pesquisa poderão desistir de colaborar a qualquer momento.

Benefícios esperados:

Os resultados da pesquisa podem contribuir para a ampliação do corpo de conhecimentos que se tem produzido sobre a juventude e as relações existentes entre a mídia e a sociedade. Espera-se que a publicação dos resultados em congressos e periódicos científicos e sua socialização junto aos profissionais envolvidos possam subsidiar reflexões sobre algumas intervenções.

Identificação do participante:

Nome: _____

RG: _____ Órgão Emissor:

Estando de acordo, assinam o presente termo de compromisso em duas vias:

Participante

Responsável pelo Participante

Leconte de Lisle Coelho Junior

Prof. Dr. Paulo Rogério Meira Menandro

DATA: ____/____/2006.

ANEXO III

Entrevistas

SUJ 1

E- ... eh... qual tua idade?

S1- Eu tenho vinte anos.

E- Qual teu grau de escolaridade?

S1- É, eu faço faculdade.

E- E qual teu curso?

S1- Eu faço dois. É direito e...

E- ... direito e?

S1-.... e moda

E- Pôxa faz dois cursos então? (*risos de ambas partes*)

S1-... é.

E- É qual seu grupo étnico?... é você se considera de qual cor?

S1- É... totalmente... mista, tipo na minha certidão consta branca, mas eu não sou branca né?! Tipo tem de tudo índio, português, alemão.

E- Então no caso você se considera mestiça?

S1- Completamente.

E- Como foi seu primeiro contato com o mundo cosplay... com o universo cosplay?
Como você chegou?

S1- Ah! Foi bem assim... ah, eu era pequena e assistia Sailor Moon, Dragon Ball né?
Dragon Ball e Cavaleiros do Zodíaco e tinha uma personagem que simplesmente era a melhor, que arrasa que é a Marin... que é a irmã do Seya, você conhece Cavaleiro do Zodíaco?

E- Era a...

S1- A de águia.

E- A de quê?

S1- Águia.

E- Ela é...

S1- Sensei do Seya.

E- Que é uma amazona, não é?

S1- ... uhum... e eu queria muito ser ela, não sei tudo mais, e a minha mãe fez para mim uma fantasia dela, tipo não sei o que lá (*risos*) ela era de pano, para não me machucar, mas era muito legal, eu tinha um cabelão, lembro até que cortei o cabelo cara, era pirada (*risos*)... ah era isso, ela não me deixou pintar o cabelo infelizmente. (*risos*)

E- Deixou cortar, mas não deixou pintar.

S1- É... nossa, eu tinha um cabelão...

E-Mas assim... isso...

S1-Ficou muito armado (*risos*)...

E- Quando tu cortou, quando pediu para cortar... criou algum problema, ela achou esquisito?

S1- Ah ela achou estranho porque... na minha família é muito comum o carnaval, a gente é do Rio, é muito comum o carnaval, a minha avó faz fantasia de carnaval, a minha mãe então a gente sempre teve então a gente sempre teve que se virar com este tipo, com estas fantasias, inclusive a minha avó até fazia para vender, depois ela fantasiou para os netos... (*risos*) aí ela fantasia pros netos... aí o que acontece?... eh... no Rio também é comum bailes de carnaval então tem carnaval o tempo todo e tem fantasia o tempo todo, no carnaval, então a gente todo dia era uma fantasia diferente e aí surgiu isso, e aí inclusive tinha um menino fantasiado de Seya, a gente fez uma apresentação, minhas tias morreram de paixão e tal... e ficou muito bonitinho, e esse foi o primeiro depois quando eu fui saber desse negócio de cosplay foi... o quê? Uns anos atrás já...

E- Quer dizer, já estava de cosplayer mas não sabia o que era...

S1- Não sabia, não sabia.

E- E você tinha quantos anos quando... começou isso.

S1- Ah eu devia... eu estudava de tarde, eu tinha no máximo a quinta série, quarta para quinta série.

E- Você tinha, hum...

S1- Onze anos, uns dez, onze anos no máximo.

E- Quer dizer... que deve ter sido logo na primeira exibição de Cavaleiros do Zodíaco?

S1- Foi... foi na primeira, foi na primeira... primeira, eu comprei a, a... a Marin de, de...

E- De bonequinho...

S1- ... de bonequinho, foi um inferno para conseguir... só eu tenho, pode perguntar para todo mundo, quem tem a Marin, só eu tenho (*risos*) meu irmão acabou de quebrar, mas eu tenho.

E- É uma relíquia...

S1-... a armadura completa, ta lá.

E- Foi numa época que saiu também o... o disco.

S1- Foi... mas eu não tinha não.

E- Foi uma coisa meio que de exploração.

S1- É... na verdade eu nunca fui assim... na não vou mentir, dizer assim que nunca fui fã de anime porque sempre fui, mas eu não, não, não era fã de do, de tudo do anime, tem gente que coleciona qualquer coisa do Cavaleiro do Zodíaco, é copo, caneta, eu não fui assim, meu negócio era o desenho... a Marin... e as roupas, a armadura... sempre gostei muito da aparência dos... tanto que eu faço moda né?! (*risos*)

E- Ah é... as coisas da época de adolescente.

S1- Pois é... aí foi isso, pretendo um dia fazer a Marin.

E- Teve alguma coisa específica na personagem que chamou a atenção?

S1- Deixa eu pensar... tem, tem por ela ser irmã mais velha... e eu, sempre fui... eu tenho um irmão mais novo... dependente também (*risos*), é tem no sentido dela ter que ser durona com o Seya porque eles são sozinhos e... não que a gente esteja sozinhos, órfãos eu e meu irmão mas como minha mãe sempre se afastou muito do trabalho essas coisas, tanto que meus desenhos de criança... são, é a minha mãe estudando... no computador e tal então assim como meu pai trabalhava o dia todo e minha mãe estava sempre ausente por causa do trabalho então eu acabei sendo uma irmã mais velha e irmão ao mesmo tempo, então eu meio que assumi esse papel lá em casa... aí eu tinha que ser dura com ele pra ele... ter alguém. (*risos*)

E- Tipo num treinamento.

S1-É...

E- ... E como você explica a tua motivação é... para se tornar um cosplayer?... é... você pode falar “ah isso daqui me motivou pra”...

S1- (*risos*)... ah pra ser uma atriz frustrada... (*risos*) não to brincando, nunca pensei em ser atriz não, já pensei em ser modelo, dançarina... astronauta, bailarina, aeromoça, já pensei muita coisa mas pra fazer cosplay eu acho que pra fazer cada personagem é, é único, pelo menos o autor pensa que seja único... aí... deixa eu pensar... tem a essa característica dele ser único, acho que é mais com relação a personalidade dele ou, ou pela minha aparência, por aparência com o personagem, mas é muito mais pelo personalidade do, do personagem, porque cosplay envolve fantasia, *costume*, e *play* que é a atuação então eu acho que eu pegando um personagem que já é mais semelhante

com a minha personalidade eu acho que eu consigo atuar melhor com ele sabe, é... é... é o que eu vejo assim sabe a pessoa fala assim, a fantasia...desculpa eu estou falando muito rápido... no Animecon teve a Sabrina Sato que ela se fantasiou de Mai Shiranui, a Mai Shiranui é uma personagem megapeituda de King of Fithers... então se você procurar “peito” mais “King of Fithers” aí você vai ver, é Mai Shiranui (*risos*)... certo? Aí a Mai Shiranui é uma ninja... gostosona, ela só tá pra ser gostosa mesmo no, no coisa é até legal lutar com ela, mas tá o que eu quis dizer com ela? Que a Sabrina Sato ela não fez cosplay de Mai Shiranui, ela só se vestiu como Mai Shiranui, no Brasil tá muito assim, “ah eu me fantasiei de não sei o quê... fiz cosplay!”... no outro, você tem que ter uma situação eu fui num, num no Animefriends é... não, Animedreams que foi em janeiro e tinha um rapaz fazendo cosplay de Hiei, Hiei é do Yu Yu Hakushô, eu adoro o Hiei, aí falei assim, “me deixa tirar uma foto não sei o quê”, e o cara não respondeu e esse foi o sim dele, porque? Por que o personagem não tiraria foto, mas ele queria tirar foto, então ele não podia responder por que ele era o Hiei, ela era... eu nem sei o nome dele, só sabia que ele era o Hiei, aí eu fui na foto, fui toda, me deixou toda empolgada né?! Fui para abraçar ele (*risos*)... e ele não me abraçou (*risos*)... porque o personagem não abraçaria (*risos*)... eu fiquei num vácuo terrível e ele fez lá a pose dele de Hiei e eu fiquei assim tipo “e a foto?” dava para separar a gente na foto, por que? Por que ele era o Hiei e o Hiei não abraça, a pessoa que tira a foto, você é que tira a foto do Hiei, e foi eu achei isso muito interessante sabe?! E eu não fiquei chateado por ele não poder me abraçar (*risos*) porque ele era o Hiei e eu devia ter entendido isso, por que já que eu gosto do personagem, eu sei que o Hiei não abraça tem quem estivesse... se eu tivesse abraçado o Kurama (*risos*) ele abraçaria...

E- ... a meiguice em pessoa, não é?!

S1- Pois é, mas o Hiei não abraça, pois é, então é isso que eu falo sobre cosplay, você não precisa fazer uma apresentação para ser cosplay, mas você tem que ter uma atuação e é isso que é o divertido de ver no cosplay não é isso de dizer “ai que fantasia legal” é... é, é também “nossa ele era o Hiei”... você vê Bleach?

E- Vejo.

S1- ... eu vi uma Rukia! Ela não tava de Rukia, ela era Rukia, eu tenho certeza que ela era Rukia pô!

E- (*risos*)... a própria...

S1- ... era, não, era mesmo... entendeu? Por que era muito, além de ser muito parecida a personalidade era a mesma coisa, tudo bem que fazer um personagem que não fala (*risos*) é mais fácil que o que fala, mas ela tava muito igual mesmo.

E- Então quer dizer que é... a relação inicial não é o aspecto físico ou a roupa mas como o personagem é...

S1- É... o físico influencia sim, mas por exemplo, tem um anime novo que é “triple x holic” que a gente chama de “xxx-holic”, é da CLAMP, tem a Yuko. A Yuko ela é uma bruxa interdimensional. Ela é branca ou branca, muito branca. Eu posso me pintar de branco, entendeu?! (*risos*) Ia ficar muito bizarro, mas é sério eu sou doida, mas assim, é, a gente pode se pintar de branco, a gente pode se pintar de azul e ser qualquer coisa, mas... é... aparência conta muito, muito, mas assim é mais psicológico do personagem, mas a personalidade vence.

E- Então vamos dizer assim o “link” é o que, é o que você... aliás é como o personagem é.

S1- Como o personagem é...

E- ... não como ele se veste.

S1- Não, não... quando eu quero fazer como se veste, a gente é mais fácil a gente criar assim uma roupa nossa, ou, é... personagem original, como dizem, você faz um desenho e diz “nossa que desenho legal” vou fazer um cosplay dele. Você pode fazer um cosplay de “n” coisas assim... no Japão cosplay serve pra... sempre quando uma pessoa usa uma fantasia você interpreta, sempre, então assim, é, você pode pegar o filme “homens de preto” e fazer cosplay do Will Smith, aqui no Brasil, isso não vai ser considerado... olha tá mudando no Animefriends eu via a apresentação do “grupo Chicago”, mas não é tão... glamuroso, quanto o cosplay de *games*, tokusatsu e anime, e mangá.

E- Existem cosplays de games além de mangá.

S1- São os mais...

E- Mas me parece que eles são mais assim... o estilo originário com...

S1- Eu nem sei, é por que... eu não sei mesmo quem deu esse nome, não cheguei a procurar isso, mas dá uma boa pesquisa, é... é mas o que eu sei é que no Japão é mais comum por que é deles né?! *Games*, tokusatsu e tudo mais, mas... tem cosplay de outras coisas, por exemplo agora tem surgido bastante que é do “live action”. O “live action” é a com viva, assim bem no grosso, que é o que? Pega um mangá. Tem o mangá, aí faz o anime que é animação, tudo mais, aí eles pegam essa animação, e tocam como se fosse um filme, eles pegam atores reais e é chamado de “live action”. É... “Ranma iuri dango”

tem o mangá, tem o anime, e já tem o “live action” então tá sendo muito comum agora o “live action”.

E- ... com atores.

S1- Isso...

E- ... aí então é como se fosse uma novela?

S1- ... é parece novela mesmo, aí as pessoas fazem cosplay de “live action”.

E- ... ah... parece ser mais próximo da realidade uma coisa assim, pessoas que estão...

S1- ... mas já, já, já é feito o cosplay, e agora no Animefriends e no Animedreams teve cosplay de mulher gato, mulher gato não é de japonês né?! É “comics”, e mas ela fez na versão do filme não foi esse último que saiu não eu não da mulher gato não (*risos*) foi naquele filme que era, é...”Batman e Robin” não, era... acho que era “Batman e Robin”...

E- ... aquele que tinha uma atriz loira...

S1-... é, isso, foi ela... fez ela, ficou muito legal, tirou segundo, segundo lugar eu acho...

E-... ah também tem o... os concursos não é?!

S1- Têm!

E- Como que é esses concursos? Têm, é à nível local ou nacional? É uma competição...

S1- Tem nacional e tem mundial também... no nacional aqui no Brasil eles estão fazendo o seguinte...

E- Tem mundial também?

S1- Aham... é o “Summit”... o mundial, inclusive vai um brasileiro, uma dupla brasileira nossa pra lá pra competir, aliás o primeiro ano que o Brasil tá participando te passo todos *sites* depois. (*risos*)... É deixa eu falar... Espírito Santo, no Espírito Santo tá começando, já teve uns eventos de anime aqui mas não... eram muito mini, muito pequenininho. Começou com o Animefã do, do R. aqui na né?! Que a gente vai sempre e tal... e surgiu essa iniciativa da... T. com a Phendragon que é o G. pra fazer um evento lá em Vila Velha, no Íbis, é, inclusive eu, a todos, a quantidade de gente que foi, eu mesmo não ia, mas aí eu falei assim “ah... eu sempre reclamo que não tem” né?! Por que é lá no Íbis, eu nunca cheguei a ir no Íbis. Aí eu disse “ah eu vou, mesmo que eu chegue no final eu vou”, aí eu cheguei lá já tava terminando e tal, então assim aqui não é... o estado teve o “Espírito Anime” que já mudou de nome, que era o G. com a T. um e dois, teve o Animerock, vai ter na CEFET e vai ter o Anime-Es, que é o G. com a organização Anime-Es, que eu desconheço, então tá começando, então... não temos um regional, a gente não tem... é... então... tá tendo, cada evento tem um concurso, aliás tem

que ter por que... o cosplay assim, é uma parte muito grande dentro de um evento, muito grande mesmo e... a gente tem o que, o brasileiro que é o circuito cosplay, e... que as pessoas vão participando dos eventos da “Yamato” e vão recebendo pontos... a cada evento você participa de um campeonato e você pode participar do campeonato do evento e do da final ao mesmo tempo, aí você vai somando pontos e agora em julho saiu a final a Y., a Y., ganhou setenta e cinco pontos no primeiro lugar e o quinto lugar ficou com dezesseis pontos, então para você ver o quanto que ele não é superior?!

E- E o que é que é o Yamato?

S1- A Yamato é uma organização que ela é de eventos, ela faz outras coisas também mas basicamente ela se interessa pela parte de eventos. Ela faz o Animedreams que é em janeiro que é muito grande, dá umas seis mil pessoas por dia, são três dias, e eu faço caravana (*risos*) e tem o Animefriends que é o mais conhecido e se Deus quiser a gente vai barrar o “Animetexas” sei lá o que é, pra gente ser o maior da América, que a gente é o maior da América Latina, então... quinze mil pessoas por dia, são quatro dias, são quinze mil pessoas, é muito grande, é uma universidade toda que usam todos os andares e tipo a fila vai da universidade toda, a rua toda os dois lados da rua... é... o pessoal vai, e fica na fila, nem que seja no final da fila para tentar entrar... caravana não por que caravana tem vip, se quiser ir vai com a gente (*risos*) mas enfim é uma coisa muito grande. Nesse Animefriends é que tem a final do campeonato brasileiro, é sempre no meio, aí você tá saindo de dezembro, de janeiro daí de...

E- E o campeonato brasileiro já acontece a muito tempo ou é...

S1- Olha o primeiro Animefriends eu acho que foi dois mil e quatro ou dois mil e três, se eu olhar no site tem a data lá. Campeonato brasileiro não acontece há muito tempo não... o circuito cosplay não tem muito tempo não, eu acho que o circuito cosplay foi criado, é, como uma iniciativa de tentar unir para depois ir pro “Summit”, que o “Summit” é o mundial... muito legal... sonha...(*risos*) um dia eu vou tá lá.

E- E você falou que uma pessoa ganhou agora para ir no mundial?

S1- É... por que tem categoria individual e dupla, aí individual eu não sei quem foi que ganhou, mas a dupla eu sei, foi o é... uns irmão gêmeos... que ganhou... você conhece “Angel Sanctuary”? É muito legal.

E- Não.

S1- É ele ganhou... são dois anjos, eles são irmãos gêmeos na trama e são irmãos gêmeos na vida real, acho muito legal.

E- Cosplayers.

S1- É... aí ela é uma anja... orgânica e ele é um anjo inorgânico é como se fosse um híbrido e eles ganharam o... e o interessante é que a apresentação deles foi toda em japonês.

E- Em japonês?

S1- Aham... aí... tão falando que foi uma roubalheira, que não sei o que... teve intriga.

E- Mas sempre tem esses negócios quando tem algum prêmio em disputa.

S1- É por que por exemplo a Y. eu acho ela assim... pô, eu invejo ela pra caramba a menina, mas é uma inveja boa por que eu acho ela uma das melhores cosplayers do Brasil, eu acho essa menina que ganhou para ir para o Japão eu acho meio injustiçada por que a Y. tem "n" cosplays fodas, desculpa a palavra mas são fodas mesmo, e... pra poder lançar a intensidade, por que bonito tem, eu falo bonito pra caralho aí tá é... do que eu tava falando mesmo?

E- Da Y.

S1- A Y. tem vários cosplays fodas se você for no site dela... você vai ficar, na boa não tô apelando pelas apresentações, muito legal, ela que faz o cosplays dela, tudo ela que faz... esculpindo tábuas e etc... então assim, você tem aquele aluno bom que tira nota boa o ano todo mas aí vem aquele menino que assim numa única prova tirou a nota mais alta, sabe?! E foi... o que a gente tá... meio que botando a mão por conta disso... O garoto fez uma apresentação... não mentira... ele não fez uma apresentação boa, ele fez uma apresentação muito boa mas ela tem vários cosplays e ela se inscreveu com um cosplay, ganhou claro por que tava na final e na final ela mudou de cosplay e esse menino fez a apresentação das mesmas coisas, então a gente acha que a organização não deu prêmio a ela por que ela mudou de cosplay então ia ser muita bagunça então preferiram não...

E- E então no caso esses dois irmão vão... vão pro Japão?

S1- Vão pro Japão... com tudo pago, para competir pelo mundial, pela TV Asahi...

E- É como se fosse uma copa do mundo?

S1- Uhum... é chamado assim pelo... hmmm que legal, copa do mundo cosplay.

E- E aí quando acontece o evento?

S1- Sabe que eu não sei... tipo assim a pouco tempo mesmo que uma menina que o site dela na internet, que ela ganhou um cosplay individual do ano passado, uma italiana, foi Itália que ganhou ano passado, ganharam de dupla e individual.

E- E ganharam a copa do mundo desse ano.

S1- Ah é... (risos)... pois é... também é italiana.

E- E como aconteceu essa coisa de você... você fez a Marin como se fosse de brincadeira e depois você começou a participar.

S1- É como eu não tinha nada aqui em Vitória eu não fazia cosplay e pra viajar era tudo sem dinheiro, que eu junto dinheiro para ir e não vou. Agora caravana alivia um pouco por que vai a trabalho eu recebo. Aí... deixa eu ver... eu fazia algumas coisas, é, pra festas, sabe?! E fazia muito assim de desenhar pra amigas roupas, então acabava “faz isso pra mim, vou com a fantasia tal” e a gente ia com personagem coisa assim, mas elas sempre gostavam de ir de gatinha é... sei lá coisas mais sexy e tal, enfermeira, bombeira essas coisas, aí eu fiz uma vez de mulher gato, já fiz de Mortícia Adams, ficou muito legal, não me reconheceram, e é muito legal quando não te reconhecem (*risos*) por que significa dizer que ficou bem parecido, deixa ver o que mais eu fiz... ah eu acho que mais de filme por que mangá eles não reconhecem é tão chato nem sabem que é um personagem, é muito chato, mas também quando reconhecem é legal.

E- Do primeiro até agora passou quantos anos?

S1- Sem contar esse de pirralha?

E- É.

S1- Não sei. Foi aqui em Vitória, então... foi o quê? Eu entrei na faculdade eu acho que tinha dezesseis foi antes disso, foi aqui uma vez, numa festa de adolescente na praia, era um show assim, era até da “revista Mais”, como gato, só que era original meu, era “switch” é da moda que tem, “gothic lolita”. Tá tendo muito agora, aí eu ganhei com “switch gothic lolita” deixa ver mais o quê, a faz tempo deve ter o quê, sete anos.

E- Sete anos.

S1- É por aí é.

E- Quer dizer que...

S1- É todo carnaval eu tô diferente.

E- Sempre teve né?!

S1- Sempre, minha primeira fantasia eu não tinha nem idade, foi de índia, eu não tinha nem um ano.

E- Você já participou de quantos eventos desse que você falou? Animefriends.

S1- Animedreams, Animefriends deixa eu ver... olha não deve ter sido muito tempo não, por que dois mil e seis agora, e dois mil e cinco só mais tempo eu vi dois mil e três e dois mil e quatro... dois mil e cinco e agora.

E- Você já foi em quantos?

S1- Dois só.

E- Dois?... e aqui no Espírito Santo você já foi alguma vez?

S1- Já fui em todos.

E- Aqui foram quantos?

S1- Foi Animes um e dois, o Animerock e agora vai ter o três.

E- Então foram três mais dois?

S1- Uhum.

E- E desses qual foi o mais importante para você? Pra você...

S1- Pra mim? Olha eu acho que o Animedreams foi muito interessante... eu gostei muito do Animerock, não é porque eu sou amiga dela não, mas é porque eu também sou amiga dos outros e não achei... por que eu também achei que teve umas sacadas muito legais, que foi o nome Animerock achei que tem tudo haver, banda faz falta apesar de não, não, de sair na metade não ter ficado para assistir, mas é muito legal mas tinha muita gente diferente muito legal, eu achei legal embora tenha gente que detestou por que não gosta de metaleiro eu não vi ninguém de metaleiro lá, é, mais o quê achei muito legal ela ter posto o fliperama, não tem isso nos nacionais, o Animefriends não tem, é só “PS”, muito bom mesmo, pô eu achei uma grande sacada, a única coisa que faltou mesmo foi espaço, mas aqui em Vitória espaço foi um problema de todos que eu vejo assim a “wall street” não tem espaço, sabe uma boate não ter espaço, a “swingers” não tem espaço, então é um problema mesmo do Espírito Santo não ter casa de show essas coisas. Por que tudo o que tem grande eles fazem é na praça do papa, aquilo ali é um terreno baldio né?! Aquilo ali não tem infra-estrutura nenhuma, aquilo ali é imundo né?! Pois é, então eu não acho que isso foi culpa dela. Aí então eu acho assim o que foi má organização no cumprimento do horário, cosplay ficou muito tarde teve muitas cosplayers que tiveram que ir embora. E como o evento é de manhã até a noite, isso não é comum aqui no estado, então tem que colocar uns horários mais acessíveis pra os mais novos, e o animekê que é... cantor né?!... prá cantar.

E- Tem alguma importância ah... você disse que botou música... tem alguma importância... alguma relação música cosplay, música, desenho animado, música live... né?!

S1- ... live action...

E- ... que é... que é as pessoas...

S1- Olha eu acho que tem sim e tem muito legal, por que assim o japonês é um povo que é muito igual, pô até eles sabem disso então... é, mas é fato, então assim quando você é novo, até a sua adolescência, até os dezoito anos da menina, ou até os vinte e um

lá as pessoas tentam ficar diferentes, sempre, mas a sociedade é muito regrada, então se você tem um uniforme que é desse jeito, se você não estiver desse jeito você não entra, não entra! E é escola pública e é rígido e a sociedade no geral é rígida então sempre é que você tem uma maneira para extravasar sua diferença, eles sabem pinta o cabelo diferente... algumas escolas não é aceito o cabelo diferente... é, é obrigatório é, na maioria uniforme e sapato, meias não são obrigatórias então as meninas colocam assim, quanto maior a meia melhor. Quanto mais acessório melhor, sempre tem uma diferença, e na música isso aconteceu por que era todo mundo igual, e eles lançaram o “visual” que é o visual. O “visual kay” Aí as bandas são é, é... aí tem a música, claro, tem todo o... mas tem muito o visual o impacto visual, a diferença é homem vestido de mulher que você não sabe a diferença, mulheres bem extravagantes e isso chamou muita atenção do povo brasileiro, que a gente não tem isso, que a nossa sociedade sim é rica ao seu modo, que foi que eu dei um exemplo até dá, do Ney, Ney Matogrosso... que ele não é gay, hora nenhuma ele se comporta como gay, mas ele diz que ele é um homem feminino que sempre usou saia e as pessoas não respeitam, e isso no Japão é respeitado pelo “Mana”.

E- Seria o “visual”?

S1- “Visual”... é.

E- Ele seria isso.

S1- É... eu acho que seria um início no Brasil só que aqui a gente não tem essa cultura de respeito, a rigidez vem na cabeça das pessoas, por que “nossa tá com uma minissaia”, “o Ney Matogrosso é gay por ser afeminado”, “o Mana, ele é gostoso por ser afeminado” sabe?! Então você tem esses paralelos, talvez seja por que a música do Ney seja chata e o Mana canta rock, que é uma voz foda, bem mais bonita então assim eu acho esse coisa, e o cosplay veio com isso das pessoas tentarem ficar igual ao visual das bandas, então você tem cosplay de banda.

E- Então tem cosplay de banda?

S1- Tem... tem uma cosplayer aqui bem famosa que posso te mandar fotos que ela é bem “honey” que é a “A.” que ela fez cosplay do Mana e faz muito bem.

E- Ah interessante, então o cosplay não imita apenas os animes e os mangás, mas também... as bandas de rock.

S1- De banda, de filme, de novela, ih de um monte de coisa, só que assim, você fazer um cosplay de Leona da Globo não é... não tem a menor graça né?! (*risos*) Pô... e também eu acho também pela dificuldade da gente ocidental tentar ficar igualzinho ao

oriental é uma dificuldade né?! Mas deixa eu te falar que eu sou morena então eu tô ainda nela, prá isso é mais difícil. (*risos*)... tá bom.

E- Quer dizer então que tem pessoas que escutam música japonesa, rock.

S1- Muito... tem amigo nosso, posso passar o site também, que ele é da rádio de internet, da rádio oficial do Animefriends e assim que só toca música japonesa, desde a que é tema de anime até músicas de, de... cantores japoneses.

E- Então quer dizer que essas músicas japonesas elas tem variedades, quer dizer não é somente música, rock.

S1- Não, não... tem rock, tem pop, é por que eu não sou tão fã assim, então e não sei explicar direito mas tem outros que deve saber, mas é isso tem rock, tem pop tem o... tem o emo-core japonês que eu nunca ouvi e espero nunca ouvir, por que eu não gosto de emo-core, é deixa ver o que mais tem, é ah... eu só gosto de Pop-Rock.

E- Então se tem rádios que toca essas músicas é por que tem gente que gosta delas.

S1- Tem. E não só tem uma não tá?! São vários rádios e tem comunidade de J-Rock no... invés de falar rock japonês fala J-Rock no... dentro umas duzentos e porrada de membros.

E- Ah tem muito.

S1- Hum-hum inclusive tem uma menina daqui que fez cosplay de banda lá no Animefriends, ela não foi com minha caravana, ela foi independente... é “Z” o coisa dela é “H”. aí eu não estou lembrada do nome dela por que a gente se fala muito por apelido. Mas assim o engraçado é que são homens que fazem visual de mulher e aqui as mulheres fazem visual de...

E- Ela fez de quem?

S1- É do Gackt, um cantor também, eu te passo as fotos é muito legal e é tudo, é o cabelo, a lente de contato, é tudo, quanto mais eu que sou detalhista.

E- E tu participa de algum grupo similar.... ao de cosplay? Não necessariamente considerado.

S1- ... eu acho que não, só grupo de cosplay mesmo... a gente tem, tipo assim uma família que a gente juntou né?! Por que foi no... né, no Espírito Anime, depois no Animerock e tudo mais, no Animes dois por que a gente lançou... sempre depois dos eventos tem uma “ressaca”, como não teve ressaca, a gente fez uma ressaca nossa, então a gente tá lá com mais membros do que as comunidades do evento, as comunidades do evento com menos, toda a semana a gente tem alguma coisa diferente que a gente arruma.

E- Mas essa reunião que vocês fazem toda semana, o pessoal vai de cosplay ou não?

S1- Olha eles iam assim pro shopping, eu nunca fui não por que eu tenho vida além disso, eu tenho vida além disso, cosplay eu visto, eu tenho vida além. E como eu faço direito, imagina eu tenho um metro e oitenta e cinco, você uma mulher da minha altura, no meio do Shopping Vitória com a toquinha de gatinha, não é, não acho que fica bem, ali não é ambiente. Por que se fosse um outro ambiente eu iria, como eu iria na Leitura e eu não fui. Teve um concurso lá.

E- De cosplay?

S1- Teve, teve uma reuniãozinha lá, teve bastante gente e foram os cosplayers prá lá, é... foi um evento de anime, um micro-evento e pô a Leitura o espaço é isso, ficou sabendo mais a gente que a gente vai mesmo, a gente quer animar, aí a gente vai em tudo, aí eu não fui, tava de castigo (*risos*) mas eu ia.

E- É... deixa eu ver aqui... teve alguma mudança na sua vida escolar, nas suas amizades?

S1- Eu acho que eu passei a desenhar mais nas aulas chatas (*risos*) deixa eu ver ah eu acho que tem o que eu faço moda então eu faço alguns projetos e aí a gente faz uns projetos para apresentar para o professor então no caso eu gasto dinheiro com isso, então eu fico assim eu tento sempre (*risos*) transformar esse projeto num cosplay por que eu não vou, tem coisas que eu não vou usar sabe é... você vai lembra só pra não repetir, por que eu tô de camiseta e saia eu não tô sei lá, eu não to, espero que eu não esteja muito chamativa né?! Então tem projeto de professor que é cheio de bordados cheio de um monte de belenqueira que eu não uso, não uso mesmo, então eu tento transformar isso numa fantasia pra que eu use, pra não gastar dinheiro à toa.

E- É que você falou que não pegaria muito bem se você fosse no shopping.

S1- Ah não.

E- Mas é...

S1- Tem gente que vai.

E- É... mas da sua turma da universidade, tem alguém que sabe que você faz cosplay, e tem alguma, alguma reação diferente por causa disso?

S1- Tem, eles me pegam prá fazer fantasia prá eles (*risos*) é assim, é, é deixa eu ver, eles sabem que eu participo de um concurso de fantasia, é isso que eles sabem e é isso que eu falo para eles, por que até eu explicar o que é cosplay sabe, igual a uma costureira que eu fui. Eu cheguei com uma roupa, com idéia de roupa assim muito franca aí ela falou assim “nossa isso não vai ficar bom, isso não é meio indecente?”... e é horrível quando ela falou “meio indecente” por que a é do personagem. Aí claro que

tem haver com eu querer fazer o personagem, mas eu não me tomo por ser indecente. Aí tá... mas ela fica meio assim, as pessoas às vezes acham estranho, por que ela está querendo uma roupa assim, aí eu falo “faz parte do meu concurso à fantasia”, aí eu falo o valor do prêmio e as pessoas entendem, que a Y. ela ganhou quatro mil reais.

E- Bom prêmio.

S1- Foi mesmo... mas ela deve ter gastado mais ou menos por aí, entendeu? Uma peruca boa é cem reais, então assim, a minha está linda, muito linda, então assim, tem horas que você gasta muito, tem horas que você gasta nada... tenta gastar o mínimo possível e são os que dão o efeito melhor, às vezes você gasta pouco e... fica melhor que pessoas que gastaram muito, fica bom.

E- No caso assim, se os seus colegas da universidade soubessem direitinho o que é fazer cosplay, você fala que é um concurso a fantasia... mas se tu falasse você acha que haveria um alteração de comportamento ou algo assim?

S1- Eu acho que eles iam ficar meio assim “ai ela gosta de desenho animado” sabe? Mas eu te dou o exemplo dos Simpsons, os Simpsons é um desenho animado adulto, totalmente adulto, meu irmão não entende esse caso assim entendeu? Aí diz “vou te arranjar um, arranjar um emprego rápido” entendeu? Então eu acho que é por que não conhece aí eu acho que não é difundido. Por que Akira é um desenho que não é um desenho de criança, aliás eu nem tenho direito estomago para ver Akira, é um desenho adulto é... igual revistinha em quadrinho nossa, eu tive um namorado que ele me conheceu eu tava lendo revistinha em quadrinho né? Entre aspas, que ele me disse “nossa você está lendo revistinha da Barbie?” Aí eu olhei assim e respondi “é estou lendo revistinha” eu não tenho saco prá discutir a verdade é essa, mas tem gente que fica num bate boca tal por que anime não é de criança, anime é animação, *videogame* é animação, videogame é de criança? É por que não sabe o que quer dizer o nome, é como “Guarapari”, o que é Guarapari? Pássaro de... não tenta saber do que se fala então a mesma coisa é o anime, anime e cosplay, ah vou fazer um cosplay, tô vendo um anime, eles não perguntam muito.

E- E com relação aos seus amigos mais íntimos, os que você convive mais, tu viu alguma diferença de comportamento, é... quando eles sabem que você faz cosplay? Eles te vêem fantasiada?

S1- Não, eu acho que só, só virou nome para eles, a minha mãe fica assim ó “aí você vai fazer de novo de desenho animado? Faz de outra coisa, faz de filme”, ela gosta de filme por que ela não vê desenho animado então ela falou “faz do Os piratas do Caribe” é,

inclusive teve lá na... só que gente não participa do concurso, eu acho mais legal fazer o cosplay por fazer por que os personagens que eu gosto geralmente são secundários só quem é viciado conhece na né? Então assim... é... sei lá então eu gosto de fazer por que eu gosto de fazer não é para competir, claro se eu fizesse um carismático o bastante, popular o bastante para competir, eu competiria, um amigo meu competiu, muito boa a roupa dele tal.

E- Ele fez qual o personagem?

S1- Ele fez o Ace... de One Piece... eu não vejo o One Piece... mas tem o Ruffy que é o principal, um que usa o chapéu assim, é o irmão mais velho do Ruffy, então assim um monte de gente reconheceu ele. Ele tem uma tatuagem nas costas o personagem e eu tava lá pintando, e a gente tava assim, no cantinho do, do canto do canto e aí o cara falou “Meu Deus o Ace, vem tirar foto” aí ele “calma aí cara deixa eu terminar de me fantasiar e tal” então assim meus personagens não são tão populares por que são secundário, mas tipo teve uma que eu fiz, foi a Oruha, que eu adoro ela e tal pode falar qualquer coisa dela, já incorporei ela já é parte de mim sabe, eu já era parecida o que faltou eu incorporei, aí eu lembro que eu tava almoçando, meio deprimida por que ninguém me reconheceu, aí eu tô lá comendo macarrão aquele negócio lindo de “hashi” aí chega um cara “nossa a Oruha almoçando deixa eu tirar uma foto”, aí eu “deixa eu terminar de comer”... “por favor não me tira foto comendo, eu poso prá você mas não me tira foto comendo” mas aí não deu, tirou uma foto comendo e depois uma foto em pé.

E- E essa é do quê?

S1- É mangá, é do “Clover”, é tem a CLAMP que faz vários desenhos... “Sakura Card Captors”... sabe? Assim... é deixa eu ver “Angelic Layer” e ela fez o “Clover”, é uma seriezinha pequenininha, tem uns quatro ou cinco mangás e ela é uma cantora entendeu? Legal.

E- Então é... você pode dividir... teoricamente seus amigos que fazem cosplays você conhece eles, eles conhecem você e aqueles que são seus amigos mas que não estão nesse universo.

S1- É... não gostam.

E- E que você não, não... tenta explicar muito detalhadamente.

S1- ... E por que eles não se preocupam muito em aprender detalhadamente a minha melhor amiga não curte mangá, ela assim, não que não curte, ela é assim, quando passa ela assiste e gosta, ela não procura, eu acho que ela nunca achou um que ela se

identificasse e gostasse mesmo por que eu também demorei a voltar, a procurar depois de anime de Cavaleiro do Zodíaco, né? Por que são muitos bobinhos os que passam na televisão, muito infantil tal... aí os desenhos também são muito infantilizados, né? E eu não vi nenhuma graça por que o cara tá falando de sexo com desenho de criancinha, sabe é interessante, às vezes é meio pervertido, mas enfim, então ela já fez “Branca de Neve”, seria um cosplay? Seria, mas... ela não se interessa. Eu que gosto.

E- Então não existe um... estranhamento de fazer o cosplay e ela não...

S1- Não, eu acho que... como eu sou mais forte que todo mundo entendeu eles não (*risos*) brincam... mas eu tô brincando, tem gente que diz assim “nossa menina tão velha dançando de desenho animado” mas depois, mas depois eles acabam por não pensar muito nisso.

E- E com relação a tua família? Existe alguma...

S1- A minha mãe acha bobo (*risos*) a minha mãe acha bobo a verdade é essa, ela acha que eu tô muito velha pra fazer roupinha de gatinha, igual... por que eu quero fazer uma gatinha pro Animefriends, tenho que fazer uma roupa agora, então eu tô vendo a roupa agora por que se eu deixar pra última hora eu não faço até achar costureira, até achar mil coisas, tem que saber onde costurar direitinho... aí ela me diz assim “aí H.”, o meu apelido é H., “eu que acho você muito grandona para fazer roupa de gatinho” pôxa me dá uma saudade, por que aqui em Vitória eu sou grandona e dá prá fazer tudo né? Aí ah eu acho que se fosse pequenininha, fofinha tal, você de gatinha não fica legal, aí eu falo “ah não fica legal sim” então assim meio essas coisas se metem mais com a fantasia do que ficar preocupado sobre o que é cosplay, aí falam isso.

E- Mas de um modo geral há uma aceitação?

S1- Eu acho que sim, eles gostam de me ver pelada (*risos*) não tô brincando, acho que sim, por que apesar deles não conhecerem todos os personagens que eu faço, vez ou outra eu faço um personagem conhecido, tipo eu tava com uma peruca branca lá no Animefriends aí todo mundo “nossa a tempestade que irado” então eu nem tava de cosplay, só como uma peruca e todo mundo tava querendo tirar foto com a “Tempestade”, que a Tempestade estava de férias e estava lá no Animefriends, aí eu tava de Tempestade de férias.

E- Essa gatinha que você vai fazer é algum personagem?

S1- Olha só essa gatinha é... bom se você ver que lá eles fazem muito cosplay de gato, sim, mas não...é um personagem meu por que sabe as coelhinhas da Playboy? Com a roupinha e tal? Então é isso, só que uma gata.

E- Não é basicamente de uma produção.

S1- É por que sim, a Naru de Love Hina já foi feita de coelhinha, ah deixa eu ver... a Ranma, Ranma ½, a Akane já se fantasiou da mesma coelhinha, coelhinha da Playboy já é famoso no mundo todo então não é assim um cosplay de personagem, mas é assim inserido naquele clima é gatinha é assim, “neko-girls”, “neko-chan” neko é gato então é comum você ver gente vestido de gatinha por que as pessoas vão sem cosplay mas vão de orelhinha de coelhinha, de gatinha.

E- Aí isso não pode ser considerado cosplay?

S1- O meu de gatinha? Vai ser de cosplay, eu vou ser uma gata eu tô brincando, não isso não faz parte do concurso não, mas é considerado cosplay, pessoas vão tirar foto igualzinho, ou até às vezes mais né? Vai tá tudo de maiô, então...

E- É mais chamativo né?

S1- É... (*risos*)... chamativo é uma boa palavra.

E- E aí a sua mãe por exemplo... você tem uma relação mais forte, mais de amiga... ela não fica preocupada.

S1- Hmm... pelada é...”você vai com essa roupa pelada, vai com essa roupa no ônibus” você se lembra que eu tava de maiô muito estranho, lá no Animerock, “você vai com essa roupa na rua minha filha, as pessoas vão achar você amalucada”, mas eu vou de ônibus sabe, tem uma moça que ela trabalha lá perto de casa que ela pega o mesmo ônibus aí ela acha que eu faço parte de um grupo de teatro (*risos*) ela já veio me perguntar seu eu tô em cartaz alguma coisa.

E- Se alguma peça...

S1- É... se eu tava indo pro teatro... que era na Reta da Penha né? E ela achou que eu estava indo pro teatro Galpão, aí eu falei “não moça eu faço parte de um grupo de fantasia sim mas... não é teatro”, apesar de eu fazer algumas apresentações, já chamaram a gente para animar festa... festa de criança (*risos*) a gente foi, foi mó legal, comemos de graça lá.

E- É assim, o que teu pai, teu irmão falam disso?

S1- Meu irmão acha, ele participa assim da, da escolha do personagem, ele ajuda a escolher, deixa ver mais o quê? Ele dá palpite na verdade... então ele fala assim “ah! Faz essa, essa vai ficar legal, essa não, essa é muito ruim, essa não tem nada haver”, meu irmão gosta, só que ele não tem coragem de fazer. Por que a gente é, meu irmão é mais escuro que eu, por que assim, eu já me considero negra, não era para considerar, mas eu sou morena e tal e meu irmão é mais escuro que eu e é difícil de ter personagem negro

em anime, eu acho assim, são muito escuras ou são muito brancas, inclusive pra mulher tem, tem muita assim, morena com cabelo branco, tipo a Tempestade, mas prá menino não, então assim ele quer fazer um personagem, você joga *videogame*?

E- Não.

S1- É... eu tenho a vida fora disso, mas o “Decom MayKai” é um jogo muito famoso e o Dante que é o personagem do “Decom MayKai” ele é branco, muito branco do cabelo assim loirinho quase branco e ele adora esse personagem, só que você não é a inspiração do personagem o contrário você que faz o personagem se inspirar em você, então fica difícil alguém negro fazer um cosplay de um anime, como é difícil para alguém gordinho fazer de algum anime, como meu amigo estava de Shoran é de... Tsubasa, Tsubasa Chronicle que é o namoradinho da Sakura, Sakura cresce, cresce e eu tava de elfa e o amigo meu tava de capa verde, todo mundo perguntava se ele era “Hobbit”, por que ele era baixinho e gordinho (*risos*). Por que o Shoran da Sakura, da CLAMP é magricelo, forte, altão, tal, branco, né... então fica meio difícil aí ele não faz.

E- E teu pai o que ele te fala?

S1- Meu irmão, meu pai não gosta por que é pelado e ele não quer ver a filha dele pelada... chama muito a atenção e ele não gosta de ver a filha dele chamando a atenção... mas se for assim de gatinha ele vai gostar, por que apesar de ser pelada ele vai saber que é uma gata, agora sei lá, eu visto uma peruca branca, é ele acha que parece um demônio então ele acha feio, pessoa não tem cabelo branco, coisa de velho, a pessoa não envelhece nunca.

E- Depende do personagem tal...

S1- É, senão o personagem vestido vira em menina é legal agora um personagem e vestir de homem ele acha péssimo, eu nunca fiz um personagem vestido de homem, de homem não que eu me lembre não, mas é por aí, eu só acho ele muito preocupado.

E- E tu tem namorado?

S1- Olha, eu tinha até o que, o domingo.

E- Até domingo?!

S1- É... mas eu tava aqui, e ele é cosplayer sim.

E- Ele é também?

S1- Ele não faz mais por falta de grana, ele é...

E- Então é legal vocês fantasiados de cosplayers?

S1- É... a gente fazia junto, não em grupo, é grupo de dois é coisa mas... eu tenho um grupo de cosplay, mas é de São Paulo mas ele também é de São Paulo... ele... você

conhece Samurai X? Então... sabe o Sanosuke, é o amigo do Kenshin é um que luta com a mão, ele é assim, grandão, não é forte como o Sanosuke, por que ninguém é forte como o Sanosuke mas ele assim é ele achava o Sanosuke muito legal, ele ia fazer o Sanosuke, e eu ia fazer a Megumi que ele não sabe, que é a namoradinha do Sanosuke a gente fazia assim cosplay que era da mesma série mas que nunca cosplay de namorado não.

E- E isso assim fazia até o relacionamento mais agradável por que vocês compartilhavam?

S1- Eu acho que assim por que a gente tem uma porrada de fotos juntos a, a Y. que eu que falo que eu babo por ela, tal e não sei o quê, ela nem me conhece, é... o noivo dela, noivo não que acho que ela já se casou ele é o vice, ela é assim, a cosplayer que mais ganhou o brasileiro e ele é o vice. E fazem sempre cosplays juntos, já viu Final Fantasy?

E- Só aquele filme que saiu...

S1- Sabe se o Sephirot é do filme? É?

E- Não, não sei...

S1- Um que tem um cabelão branco assim e tal...

E- Não lembro não.

S1- Ah ta! A o primeiro né?! Eu também só vi esse, mas todo mundo já me conta o resto aí eu já sei. O Sephirot, é homem né? E ela fez o cosplay e ficou ótimo, tanto é que ela ganhou né? Ganhou em primeiro lugar e ele fez o parceiro lá eu não sei direito, do Sephirot. E ficou igualzinho rapaz, e... eles fazem sempre juntos. No, no coisa brasileiro eles também fizeram uma apresentação em dupla né que os personagens eram apaixonados e também eles sendo noivo e noiva aí fizeram junto é bem legal ver namorados ficou bem legal.

E- Então era legal fazer cosplay juntos?

S1- Sim quando ele não babava a foto era legal. Pô tipo assim eu lá toda séria, cara põe chifrinho, pô nada haver, mas é bem legal, chama mais atenção ainda. Quando tem casal cosplay, aliás quando mais gente junta de cosplay mais fica legal por isso que as pessoas sempre tentam formar grupos.

E- E esse grupo de São Paulo é específico de alguma.

S1- Cosplay do Tsubasa, Tsubasa Chronicle da CLAMP.

E- Ele faz parte.

S1- Não, na verdade, o Tsubasa é da CLAMP, CLAMP é uma, nem sei o que é... é um grupo de garotas que escrevem mangá que fazem animação e tal, então tem o Sakura

Card Captors que eu não faço parte, que tem três no estado, tem mais agora o grupo tá crescendo. Esses dois a Sakura e o Shoran que estão em Tsubasa. Por que Tsubasa é como que quando a Sakura tivesse crescido e o Shoran está mais velho. E eu faço a Oguha no Tsubasa, vou fazer a Yuko e perdi até uma grana com as lentes de contato e eu faço também a Oruha de Clover que também é da CLAMP. E ela vai fazer a minha participação e meu namorado ia fazer o namorado da Oruha só que ele perdeu uma grana, tudo bem né peço pro irmão dele fazer né? O irmão dele também é grandão e ele vai de boa comigo.

E- E a distância não prejudica por que é em São Paulo?

S1- Não por que os eventos são em São Paulo então.

E- Ah tá bem.

S1- É.

E- Já vai prá lá.

S1- É aqui em Vitória a gente tem outros grupos a gente fala assim “ah faz esse cosplay comigo” não sei o quê, então acaba formando assim grupos fora os outros eventos. Se você for na internet, você vai gente assim “procuro grupo para tal, por que vou fazer cosplayer de não sei o quê” aí precisa fazer, “e quero pessoas” então a gente tem um grupo de One Piece, tem um de Naruto, Naruto é, sempre tem, qualquer lugar que você for ver e deixa eu ver o que, acho que é isso, eu também estou procurando cosplayer de Ragnarok que é um jogo on-line, que eu vou fazer, é que quero fazer né? E procurei só que é meio complicado ter gente para o grupo só que sei lá.

E- Você falou na Internet é... que você tem paciência... você sabe quanto tempo tu perde ou tu investe em termos de cosplay?

S1- (*risos*)... eu tenho vergonha de falar... é por que é o tempo todo, eu não paro, é o tempo todo, sério mesmo... eu procuro mais cosplay do que faço cosplay eu acho e... que eu gosto assim, não só de usar cosplay, mas também de construir o cosplay, para mim a graça tá aí eu construir, então gosto muito quando alguém me pede ajuda prá fazer um cosplay então eu fico o tempo todo procurando imagem de referência que você pega do personagem, você pega de cosplay que já fizeram.

E- Que fica bom né?

S1- Ou que fica ruim... prá ver o por quê, que ficou ruim então fico procurando materiais e loja de Vitória que eu possa usar, vou hoje mesmo ver o que eu acho prá fazer o da gatinha então eu gasto o tempo todo. Eu tô lá no *MSN* e eu tô procurando até pró cosplay novo né? Por que é meio chato repetir cosplay... quando o cosplay é caro a

gente repete, quando deu muito trabalho para fazer também repete ou quando gosta muito mas não é legal repetir não, sei lá.

E- A internet é um instrumento importante para você.

S1- Pra mim é aqui em Vitória a gente não acha nada. Por que, por exemplo, São Paulo se eu morasse em, a gente ia na vinte e cinco na Ladeira Ponte Alves que tem tudo, nossa aquilo lá é paraíso cosplay é... sabia couro falso, aqui em Vitória até que tem, mas vinil, sabe aquelas roupas mais vistosa e tal, eu não achei aqui em Vitória, aí eu fui olhar na, na Ladeira Pontes Alves, aí o cara pergunta “de que cor?” Pô disse que tinha branco, preto, dourado, azul, vermelho sabe? Rosa, todas as cores. É que eu não achei preto que era o que eu queria, ou branco da idade... que era então assim tem muitos cosplays que eu não faço por causa de recurso financeiro, mas não é nem por causa de dinheiro não. É por causa que não acho costureira, não tem evento e eu não acho coisas aqui não, então eu tenho sempre que ficar gastando muito tempo para buscar material do que fazer o cosplay mesmo. Eu já construí cosplay em uma semana.

E- E qual seria a importância... por exemplo quando alguém te pede uma dica... qual seria a importância da internet?

S1- Eu acho a internet um meio de é um meio de busca... a internet também me faz conhecer gente nova. Eu me cadastrei num site de cosplay também no site do cosplay Brasil eu acho que tem né? Eu tô lá, não tem nenhuma foto minha ainda, não tem nada, mas aquele é um site de busca prá cosplays então você procura assim nomes, no caso você procura um grupo ali manda um e-mail para pessoas mas assim, no mais de gente é no Orkut né? E você e também no evento você pede *MSN* e tal então fica o *MSN* ou o Orkut, então lá eu procuro as imagens, materiais, onde vende, onde curte e tal. Um dia veio uma menina me perguntar de onde veio minha peruca, que tipo de peruca eu acho melhor tal, então nosso tipo de relação é assim, quem já fez quem vai fazer, onde a pessoa já comprou.

E- É mais rápido né?

S1- É bem mais rápido né? Por que até ligar para a pessoa, até aqui em Vitória mesmo, por que internet a gente todo dia tá on-line, telefone ninguém fica toda hora, tem gente que eu nem sei o nome por que a gente só se conhece por apelido, eu não tenho muito apelido quer dizer eu tenho vários, mas ninguém me chama pelo mesmo apelido então faz muita diferença entendeu? Geralmente me chamam pelo apelido quando não lembram meu nome ou quando estão com raiva... é por que é a “garota raposa”, é do tipo “nossa é muito raposa mesmo” é, meio pejorativo, é pejorativo, mas como eu não

sei o nome das pessoas eu tenho amigos, mas eu não me lembro o nome deles sabe, falar o que com a mãe? “Ah deixa eu falar com o panda aí”.

E- Então por isso o interesse na internet.

S1- Bem mais, mais rápido. Me mandou, já tô vendo resposta automático, já estou vendo a foto, telefone eu não estou, e é sempre assim, converso pessoalmente “ah deixa prá lá, depois te mando por e-mail” então acaba que vai tudo pela internet.

E- E tu lê mangá e vê anime?

S1- Leio! Vejo!

E- Quanto tempo já?

S1- Minha primeira foi Sailor Moon, eu via Guerreiras Mágicas no SBT.

E- E... quando foi?

S1- Não sei não, tem vários anos.

E- Início dos anos noventa?

S1- É por aí, eu era pequena, de chupeta, a abertura era Sandy e Junior muito antiga, mas eu me orgulho bicho, pô. Primeiramente por que eu tava lá eu via tudo, eu via, chegava da escola de tarde, eu assistia Cavaleiros do Zodíaco.

E- Qual os animes mais antigos que você lembra?

S1- Olha as vezes... eu não vou lembrar mas o que eu me lembro mesmo era Sailor Moon que eu assistia bastante, Cavaleiros do Zodíaco e Dragon Ball.

E- E mangá? Qual foram os primeiros que você comprou?

S1- Mangá eu leio a pouco tempo, é... tava com uma amiga minha, eu e essa prima que eu falei que era de chupeta desde pequenininha que eu sou madrinha dela então ela ia assistir comigo e procurava e tal e a gente via pela internet e a gente gosta de desenhar e eu comecei, eu comprei um para pegar o traço para desenhar. Então a gente pegou um que era Love Hina e a gente achou legal e tal, mas aí disse “vamos comprar um outro prá ver se o traço é diferente?” Aí ela comprou Fushigi Yûgi que eu nunca li, ela achou que acabou largando, eu comprei Holy Avenger que é brasileiro e eu comprei... aí eu comprei... eu comprei Holy Avenger que é brasileiro, e japonês, japonês eu não me lembro a gente comprava uma revista grande assim, comprei uma apostila para aprender a desenhar assim, mas quando eu parei, foi para comprar Love Hina, que eu achava coisa de criança, mas um amigo meu na faculdade tinha a mochila cheia de Love Hina e eu olhava assim para ele, por meu preconceito né? Aham... o menino assim com revistinha, hã, só tem menina, por que é shoujo né? Ma foi por que as meninas, aí eu falei assim “nossa ele lendo isso” aí ele falou “não menina, tá vendo essa capa aqui, ela

bebe muito tal” aí eu perguntei “elas estão bêbadas?” aí “tão“ aí eu “por quê?” “ah por que elas fizeram festa”, “ah por que elas fizeram festa?”, “ah por nada, todo dia tem festa”. Aí eu...”menina, bêbada, pelada, por que era numa casa, e era de biquíni de maiô de, jogada”, pô aí a gente fala assim “menina bêbada não quer nada”. Parece criança, fala sério. Igual Holy Avenger que a gente comprou estava bem avançada na série... foi a Niele... a Niele... a Niele veste tirinha de couro assim, bem sadô assim tem nada de sadô, só a roupa da Niele e eu vendo coisa assim parece de criança, com essas tirinhas de couro e tal, pô sei lá.

E- E faz quanto tempo esse contato com Holy Avenger, Love Hina?

S1- Tem uns anos, tem três anos por aí, é a mesma coisa que nem os eventos.

E- E de lá prá cá tu tem lido mais ou só ficou nessas duas?

S1- Li várias vezes, me apaixonei por CLAMP, né? Tem Chobbits que foi a minha primeira série completa, Clover que tem essa, essa... aí eu comecei assim aí eu... acabou Love Hina, que eu fiquei chocada que eu não esperava né? Não acabou assim, é que você começa a ler uma série aí você fica acostumada, e Love Hina tem uma porrada de capítulos né, tem cinquenta mangás? Do nada acabou, e eu não esperava que fosse acabar e acabou... bom aí eu falei assim “tem outra série aqui que parece de criança” já que eu errei com uma né? Então eu tenho uns amigos que tem Peach Girl que era da Panini e os malditos cancelaram, sabe por quê? Porquê é uma série que não é infantil. Apesar de ser, de se passar no meio escolar... uma garota de doze anos não pode ler? Pode mas é uma revista que fala de estupro de como você tem coragem de chegar na delegacia e a enfim a personagem não ter então não são temas infantis, aliás sexo nunca é um tema infantil na verdade, então trata de estupro, trata de incerteza, trata de milhões de coisas a resenha que a revista coloca eu acho que não tem nada haver eles colocam assim “amores juvenis, paixões adolescentes” e eu tô lá afim de saber de paixões adolescentes, sabe? Tô velha, falando sério e tem uma abordagem mais adulta apesar do tracinho mais infantil e aí gostei muito dessa, comecei a colecionar Éden que as pessoas falam assim “será Éden o novo Akira?” então não tem nada de infantil em Éden... Chobbits também, apesar de ser uma coisa bem infantilizada é bem sutil, escrevem para crianças uma coisa para adultos, sabe a “cidade sem ninguém” que é uma estória em Chobbits de como você é sozinho dentro de uma cidade grande que cresce demais né? Então você não tem mais puramente aquele crivo então novamente sexo está incluído por que a personagem delas enfim, muito legal é deixa ver mais o que, então Chobbits uma menina que por causa do jogo que ela jogava enfim.

E- Você falou que tinha visto na internet os traços... é comum também pela internet?

S1- É... tem muita coisa que não chega pro Brasil, Sailor Moon, você conheceu Sailor Moon, né? Há quanto tempo tem Sailor Moon? E o mangá de Sailor Moon até hoje nunca veio pro Brasil, entendeu o Brasil assim a gente não vê. A gente tem mais cultura japonesa do que qualquer outro lugar do mundo. A colonização japonesa, a gente tem o maior jardim zen que é aqui em Vitória até, aqui em Ibirapu, foi o primeiro mosteiro zen-budista aqui ocidental, foi assim a gente tem a maior colônia japonesa fora do Japão, eles tem assim como colocar isso melhor? E eu não tenho nada de oriental e gosto, você também pelo visto, então assim, eles não fazem por causa de dinheiro ou pelos direitos autorais que são caros mas é... é... Dragon Ball, quanto tempo faz que eles lançaram Dragon Ball? Sabe? E cadê o GT, o Z... o sei lá o quê? Então eu tirei pela internet, Naruto que não chegou no Brasil ainda, Bleach que ainda não chegou aqui.

E- Então a internet além de ser um meio de contato prá unir as pessoas serve também para ler o que não chega aqui.

S1- É... certo... por exemplo tem uma fansurb, fansurb é o que mesmo? Sei nem o que é que é... ah é tipo assim, uma tradução de fã para fãs, né? É tudo de fã prá fã aí ela gosta de uma coisa, ela fala japonês aí traduz, mas geralmente é do japonês para o inglês, do inglês para o português e há muita perda nisso, mas Clover nunca foi lançado no Brasil e acho que só tem duas fansubers que traduziram e mesmo assim pro inglês.

E- Aí quer dizer que as pessoas que gostam de ler e não tem acesso dependem desses fansubers...

S1- Isso mesmo, antigamente só tinha Urameki que era um fansurb prá... eu acho que eles tem mangá também, mas basicamente é anime, ó não vou te falar que tudo, por que tudo é muito grande, a maioria das séries é pelo Urameki. Naruto, Naruto tem o Naruto Project, esses com “Project” no final são geralmente voltados só prá aquelas coisas... então tem Tsubasa Project, Naruto Project tem bastante coisa, mas... Naruto tem bastante coisa agora mas tudo o que virou modinha, tem e é pelo Urameki, você olha lá tem, tá seguro...

E- E tem que pagar prá ter acesso?

S1- Não, inteiramente grátis. Então não tem, inclusive vem escrito assim é “se você foi pago”, “se você pagou por esse anime você é muito trouxa”, “você foi enganado”, não por que, já vem escrito, aí vem alguém e apaga. Por isso não tem o intervalo das escalas dos animes que você compra por que aí... mas isso acontece também...

E- ... e aqui no Brasil tem muito deles?

S1- Tem, tem sim, mas o Urameki é o maior, tem o animeblade tanto quanto quiser tem assim todos assuntos, que eles cadastram lá, até por que eles querem divulgar o fansurb né? Então tem rádios, lá na internet o Animeblade tem bastante coisa tem o top dance do que está rolando no Japão, tem o que você quer ler, o que os fansubers querem lançar por causa da concorrência eles colocam mais coisa.

E- Qual a vantagem se não paga?

S1- Olha eu acho que tem gente que tá dando propaganda e tem gente que tem o “paycause” é... você paga seu amigo pagante... você paga... é qualquer coisa de um real porque na internet tem muita coisa de graça, por que as pessoas querem que o seu site seja o melhor aí está quando você pega o anime cru do Japão, você tem “loft” que é o sem legendas e você pega o inglês que eles traduzem do inglês que eles sabem né? Então você pega o anime em inglês e pega o em japonês cru, e fazem isso com legenda e tal e tal, aí vem alguém e traduz.

E- E existe alguma relação entre esses animes e esses mangá que você viu e que tu gostou e de fazer o cosplay?

S1- Mas claro é por isso que eu fiz, nossa ó... eu tenho uma pasta na internet, na internet não que se chama “meus cosplays” que eu tenho “n” outras pastas que eu tenho que fazer e de imagens de outros cosplays, material tal ou então alguém me sugere... gostei assim, achei interessante coloco lá na lista de espera lá né? Tá lá a de gatinha, por que eu gosto de fazer gato já fiz uma, e surgiu essa idéia... de fazer um de lá, que é um bichinho de estimação aí inseri uma coleira no cosplay, né? Com guizo e tal é muito comum e essa peruca branca então eu vou de Urde com certeza de Oh My Godess! É a irmã de Megumi-Sama é ainda tô decidindo por que é a irmã mais velha e eu só penso mais em secundário.

E- E esse personagem que você decidiu.

S1- É de Oh My Godess!... aí eu acho que eu vou fazer na versão mangá por que sempre tem diferente.

E- Às vezes são grandes ou...

S1- Tem sim, às vezes são grandes a Urde é tem o cabelo ondulado no mangá e isso no anime. No mangá agora isso não é nada, tem personagens que temo cabelo branco no mangá e roxo no anime então é uma grande diferença.

E- E é... falando da diferença física mas da personalidade.

S1- Ah muito, às vezes tem assim a personagem mais saída no mangá, por que assim, o mangá geralmente é mais adulto e no anime, como eles passam na TV aberta eles tiram

mais coisa... às vezes é mais vulgar, às vezes a personagem é mais prá frente. Tem uma personagem chamada Naru, no mangá a primeira cena é ela tomando banho sem óculos e o menino também sem óculos, por que eles não se enxergam direito e ela pergunta se o peito dela tá grande entendeu? No anime, eles já estão de toalha, já é, muda, muda muita coisa, às vezes muda a estória completamente, então... às vezes cosplay, a gente separa versão mangá, versão anime prá não misturar os dois né? Quem não é viciado não sabe né? Às vezes, caralho esse menino que ganhou o prêmio, ele fez na versão mangá brasileiro, tinha o cabelo lilás, branco pro lilás, e no anime parece que era lilás, o cabelo era todo lilás, inclusive na internet o próprio site da Yamato é o “ohaio.com” e tá lindo o cabelo dele com uma saia de tule, se o cosplay tava legal mesmo ou senão estava, mas era a versão de um personagem. Prá você o cara ganha logo no Brasil com uma versão alternativa de um personagem, triste demais. Também... também... a roupa dele era a mais... mas ainda o cara vai com a versão alternativa do personagem.

E- Em termo de fazer cosplay, qual foi esse último que tu fez?

S1- Eu ia fazer a Oruha, além da Tempestade também, deixa eu ver, eu fiz a Oruha em janeiro, eu pensei que ia dar um prêmio, eu pensei.

E- Qual a estória dela?

S1- Ah é... no Clover, clover quer dizer trevo é uma experiência genética que eles fazem com as pessoas é... deixa eu te explicar é uma experiência que eles fazem em cima de pessoas que tem poderes psíquicos. Imagina o mundo onde a magia tem interferência! É tem vários animes que envolvem isso... não existe interferência demais sem tecnologia, é, é mistura tem assim pessoas que conseguem movimentar máquinas por exemplo, quer entrar dentro da Matrix? Acredita que aquilo é magia, nossa sai voando e não é, é tecnologia enfim é a mesma coisa, as pessoas conseguem controlar os computadores então elas fazem graus, que são as estrelas, que é muito raro encontrar e controlar. São quatro graus, que é a mais forte é a Su, que é a menina que faz comigo e o trevo de uma folha tem os poderes reduzidos e o único poder que ela tem é saber o dia da morte dela, ela sente... é a Su também sabe a hora em que ela vai morrer, deixa ver se você vai entender.

E- E por que você escolheu esse personagem?

S1- Bom, primeiro por que a única branca, isso é uma coisa assim negativa que é o preconceito mas ela é totalmente e... sempre batendo de frente, ela não é uma mulher oriental, ela se assemelha mais as mulheres ocidentais, ela é mulher, hora nenhuma ela é menininha e isso também me influenciou por que eu também não sou uma menininha

apesar de querer fazer fantasia de gatinha. Mas ela é mulher e isso é bem realçado no mangá. A diferença da Su que é menina e ela. E outra eu sou fascinada pela personagem... por que... é isso dela... saber o dia da morte dela e mesmo assim ela continuar e saber das pessoas que ela gosta que vão ver ela, e também das pessoas que ela gosta. É muito diferente você não morrer... é tem muita história de morte na minha vida e tal.

E- E foi difícil fazer esse cosplay, em termo mesmo de fantasia?

S1- Normal, assim por exemplo achar a meia aqui, aquela quadriculada (*nos braços*), meia arrastão, você não acha, o que foi que eu fiz ? Dei uma esticada. Por que é uma coisa simples, então não achei, eu sou muito insistente para achar tudo. Luva arrastão se possível, flores, a fantasia é simples, só que material fica difícil, se a cada construção desse seu eu conseguir o material fica fácil.

E- E custou muito?

S1- Não, poderia ter custado mais. Mas como eu sabia onde comprar e eu ando na rua direto... é, eu consegui achar um preço bem legal, bem legal. Mas tem caro aí, muito mais. A flor que eu ia comprar era oito reais no imaginário no shopping, oito reais! Imagina eu ia pagar por isso, aí eu dei uma chorada lá o cara me deu por cinco reais. O cara tem que ser na pechincha.

E- Me diz cinco palavras que você associa á palavra cosplayer.

S1- Cinco? Dinheiro, Animedreams, Animefriends, diversão e fantasia.

SUJ 5

E- Qual tua idade?

S5- Tenho dezenove anos.

E- E qual teu nível de escolaridade?

S5- Eu já formei o ensino médio e entrei na faculdade agora.

E- E qual a tua origem étnica? Você se considera branco? Negro...

S5- Eu me considero branco.

E- Qual foi teu primeiro contato com o mundo cosplay? Como tu entrou? Como tu conheceu?

S5- Bom, é... eu comecei o interesse vendo animes mesmo na televisão, né?! Vendo os Cavaleiros do Zodíaco que foi o principal precursor aqui no Brasil e... e vendo fotos na internet de pessoas vestidas de personagens de animes. Tive uma enorme curiosidade de saber o que era aquilo, comecei a correr atrás, depois eu entendi o cosplay, o que seria o cosplay.

E- É, a primeira vez que tu viu... é fotos... ou alguém vestido, tu tinha quantos anos mais ou menos?

S5- É... eu devia ter uns treze, doze anos.

E- Aí a primeira vez foi como?

S5- Eu achei um pouco diferente, eu achei engraçado, eu disse “o que essa pessoa está fazendo? Por que?”, mas... aí que eu fui entender, fui procurar saber a magia que envolve fazer cosplay... que é um fascínio mesmo.

E- Mas já tinha algum colega que já fazia ou...

S5- Não, não, foi pela internet mesmo, até por que aqui em Vitória não tinha, não tinha muito esses eventos. Foi pela internet mesmo. Não tinha um amigo que fazia, tinha amigos que conheciam já, mas que faziam não.

E- Mas na internet tu... fez uma busca “cosplay” ou tu tava vendo outra coisa e...

S5- Tava vendo coisa relacionada a um... um anime qualquer, no caso Cavaleiros do Zodíaco e tinha a foto de um japonês vestido do personagem principal... que é o Seya. Aí eu achei interessante, aí vi descobri o nome lá “cosplayer” e fui pesquisar.

E- sei... e como tu explica o teu interesse ou a tua motivação para fazer cosplay? Qual o núcleo que te motiva a fazer?

S5- Hmm... é uma questão de querer mostrar o quanto gosta do personagem, vamos colocar assim... por que, tem toda uma escolha do personagem né?! Você não vai fazer cosplay de um personagem que você não conhece. Então no mínimo a motivação é você

gostar do personagem... seja prá você mesmo, ou fazer prá um grupo. Ou com um grupo já poder fazer um personagem “x”, você se identificar de alguma forma com aquele personagem, você vai continuar fazendo. E é um fascínio mesmo, é uma satisfação ver que as pessoas reconhecem você como o personagem. É o que eu falei, cosplay não é só vestir do personagem, seria ter um pouco de interpretação também.

E- É, como é que essa questão do grupo? Por que uma coisa que vocês está falando é que gosta do personagem, mas o quê é que é o grupo que você citou?

S5- É por que às vezes... tem cosplay individual e cosplay em grupo. Eu fiz o cosplay individual do meu personagem no último evento que teve aqui, no Animerock, mas no próximo evento vai fazer eu e um amigo meu, a gente vai fazer um cosplay, ele vai fazer um personagem que faz parte muito do meu personagem, que é um cosplay em dupla, a gente vai até apresentar um teatrinho, vamos colocar assim, isso seria um cosplay em grupo. Então às vezes tem um grupo maior por exemplo... que tá faltando um personagem, que são seis personagens, tem cinco preenchido e só tá faltando um... e você acaba se identificando com esse personagem, mesmo que não seja aquele personagem que você queria, aí você faz por interagir com o grupo entendeu?!

E- Aí no caso, aí no caso, é... essa identificação que você falou ela seria um “link” entre você, você a pessoa comum e o personagem?

S5- Isso, isso, e apesar, mesmo neste caso do grupo por exemplo, tem que haver no mínimo uma identificação como personagem, para que o cosplay saia... não é perfeito mas com as características do personagem.

E- Quer dizer que todos esses cosplayers que a gente vê até mesmo na internet são por que as... as pessoas tem... uma relação com os personagens, nunca é...

S5- Eu gosto de acreditar nisso. Eu já vi, gente fazendo cosplay de pessoas, de pessoas... de personagens que não gostavam tanto, e não tinha muito interesse e não ficaram tão interessante. Por que fica como se fosse uma carcaça... não, não me atrai pelo menos... eu gosto de gente que se identifica com o personagem pelo menos.

E- O cosplayer necessariamente então tem que ter uma interpretação?

S5- Pois é, não. A origem da palavra cosplay né?! É “costume” “player” que seria uma brincadeira com roupa mesmo, com fantasia, vamos colocar assim. Mas na minha concepção não. Eu não acho que seria a roupa o necessário. Eu vejo assim, pego e falo sempre com o pessoal, se vai fazer um cosplay, faça direito, interprete, faça como o personagem e tudo mais. Aconteceu até uma coisa engraçada. O personagem que eu fiz no, no último evento, ele é bem calado, bem sério... aí eu cheguei no evento sério não

falando com ninguém, não dei idéia prá ninguém. Tem gente que me acha insuportável até hoje por que eu não falei com ele, entendeu?!... ossos do ofício...

E- ... então o fato então de ter escolhido determinado personagem...

S5- ... sim, sim...

E- ... muito interessante...

S5- ... mas isso por que eu levei muito ao extremo... não é... não é que não havia necessidade, eu achei bem interessante fazer... aí eu decidi fazer assim.

E- Se tu tivesse feito o contrário... se tu tivesse entrado brincando aí você não se sentiria como o...

S5- Não, não me sentiria como o personagem.

E- Então o mais importante é você se aproximar ao máximo do personagem?

S5- Prá mim sim.

E- E aí quando você se aproxima do personagem, é... é importante... a tua forma física, ou é importante, vamos dizer a sua personalidade? Ou os dois, prá você montar o personagem?

S5- A personalidade em si não é muito interessante, nem sempre dá certo... nem sempre a forma física... é o que vai ditar o personagem, mas eu acho que conta bastante. Ajuda a pessoa, a pessoa... a pessoa que vê o cosplay, ajuda a “linkar” a pessoa. Agora questão de personalidade... pode ter há ver sim, às vezes as pessoas viram prá você nesse mundo do cosplay e tal e “ah se você fizesse cosplay de uma pessoa x você se daria muito bem” por que o sujeito disse... que bate com esse personagem, isso gera até uma, uma curiosidade da pessoa, no caso se eu visse uma coisa dessa, um comentário desse, eu iria correr atrás do personagem, prá saber como é, ver se realmente tem há ver, e se eu me interessaria me fazer. Mas, por exemplo existe também a questão, de teatro. Entendeu?! A pessoa pode fazer mesmo como se fosse um teatro. Montar toda a personalidade de um personagem e vou chamar ele, vou chamar você de meu personagem.

E- Aí no caso, existe alguma satisfação em fazer isso?

S5- Eu? Eu fico muito satisfeito, principalmente quando eu vejo que uma pessoa reconhece o meu personagem, entendeu?! É um... como é que se diz... não dá prá explicar... é como se fosse teu trabalho mesmo.

E- Legal.

S5- Muito legal.

E- No caso, essa satisfação, ela poderia ser comparada há que outro tipo de satisfação?

S5- É uma satisfação de reconhecer o trabalho mesmo, igual ao que eu comentei. Acho o que seria o mais próximo mesmo seria isso. Por que você se empenhou a pessoa acaba tendo respeito por você também. Principalmente se foi um cosplay bem feito. Aí você tem o respeito e tal. Não é... não é esse o objetivo, mas você acaba por exemplo, crescendo no grupo, não é esse o objetivo, mas acaba sendo uma consequência de um cosplay bem feito.

E- E o teu objetivo seria o quê?

S5- Satisfação própria. O meu objetivo pelo menos seria esse. Não estou dizendo que existem pessoas que não possam querer ascender, vamos colocar assim. Mas o meu objetivo é satisfação própria, meu objetivo.

E- Ahn... um exemplo assim, tu falou em grupo... aí aquelas pessoas que formam um grupo de cosplayers, tu acredita que ali cada um busca uma satisfação própria? Que eles se uniram pra fazer o grupo, ou você acha que é uma coisa pra ser compartilhada pelas pessoas?

S5- É uma coisa mais compartilhada. Eu vou dar um exemplo aqui do que eu vou fazer no próximo evento. Vamos ver se vai se encaixar. Esse personagem que eu fiz tem um rival, que esse meu amigo vai fazer... eu gosto dos dois personagens, mas quando eu fui fazer o meu cosplay eu optei pelo personagem "a". Aí meu colega viu, achou muito interessante aí ele vai querer, quis fazer o "b" a gente vai fazer uma cena no próximo evento. Aí seria assim, uma satisfação própria assim, cada um vai ter a sua satisfação, mas cada um vai compartilhar. É muito mais interessante você fazer uma cena com alguém do que você fazer uma cena sozinho.

E- Qual, qual os personagens... que vão criar?

S5- No caso, o meu personagem é o Seichiro Sakurazuka da... é da CLAMP, faz parte do anime "X" e "Tokyo-Babylon" e o meu colega vai fazer o Subaru Sumeragui, seria o rival dele.

E- É... quando tu fez o teu primeiro cosplay e quando tu decidiu fazer?

S5- Esse foi o meu primeiro cosplay na verdade. Quando eu decidi, é até engraçado falar, mas foi duas semanas antes do evento.

E- Foi em cima da hora.

S5- Foi muito em cima da hora. Eu tava em casa, aí eu vi uma foto do personagem. Por que eu tinha visto o anime há muito tempo, aí a gente acaba dando um tempo, vendo outros animes, né?! Aí tava vendo lá em casa aí vi um vídeo desse personagem, achei interessante, lembrei que tinha uma roupa meio parecida, uma camisa meio parecida. Aí

falei “como seria se eu fizesse”, aí peguei no mesmo dia me vesti, achei legal e tal, aí dois dias depois estava correndo atrás do figurino real mesmo, vamos colocar assim, prá mim fazer. Foi assim, tudo em cima da hora. Uma noite antes do evento, eu estava cortando os cartões e tal que eu ia usar na apresentação do dia seguinte. Eu virei quase meia-noite para fazer os cartões prá poder dar tempo. Então foi muito em cima da hora mesmo.

E- E chegou a pensar “ah isso não vai dar certo, não vai ficar legal?”

S5- Várias vezes. Mas nesse caso, um dia antes eu cheguei a desistir do cartão e deixar de lado. Aí tinha um amigo que estava dormindo lá em casa e que estava me ajudando “vamos continuar, vai dar certo!”, aí ele me deu força, a gente continuou, aí deu certo.

E- Legal... o produto final, tu acha que ficou... incorporou mesmo?

S5- Eu julgo que sim... tanto prá minha satisfação mesmo, quanto pro que o pessoal falou.

E- Tu acha que se não tivesse tido essa, essa apreensão, tu acha... que teria tido a mesma satisfação?

S5- Não. De jeito nenhum. Por que eu não daria tanto valor. Pelo fato de eu ter me matado tanto entre aspas, prá realizar o cosplay acaba gerando um gosto especial. Uma satisfação especial.

E- Tipo, é... se há uma série de dificuldade... é como se fosse uma motivação...

S5- É um prazer maior, uma motivação maior... satisfação maior.

E- O que tu acha dos cosplayers mais... mais simples? Tem uns que são bem...

S5- Bom... aí varia, primeiro é interessante a motivação da pessoa em fazer. É quando o cosplay é bem feito a gente olha com outros olhos. Cosplay mal-feito aí varia. Tem de vários tipos. Tem mal feito de não interpretação, por exemplo. Esses de não interpretação, eu... não é com desprezo... mas é indiferente prá mim. Por que prá mim não interpretou o personagem então não é aquilo que deveria ser. Então eu posso dizer que quase não é um cosplay. Só vou encontrar palavras por que cosplay seria só a roupa. Mas prá mim eu não vejo com tanto, com tanto valor. Agora o cosplay mal-feito de roupa, por exemplo, a gente tem que olhar mais a intenção da pessoa. Por que às vezes a pessoa se identifica... tenta fazer... você vê que tenta fazer, mas não dá certo por várias razões, ou por que não é possível, por que tem alguns personagens que são impossíveis algumas coisas.

E- ... tipo?

S5- ... hmmm... deixa eu ver... tem personagens que usam robô em anime... aí você não vai conseguir trazer um robô, você não vai conseguir fazer um robô, e mesmo que faça não vai ficar bom, entendeu? Mas vamos supor que ele tente fazer e que fique até interessante, a gente tem que reconhecer isso. O fato de ter ficado bom a gente acaba reconhecendo. Ficou muito legal, a gente dá força. Mas tem aquela pessoa que por exemplo, viu uma blusa que tem um “X” por exemplo, só que o “X” é costurado, vamos colocar assim. Aí a pessoa foi lá e não conseguiu o vestir, aí ela comprou uma blusa que tem um outro “X” de uma outra marca, vamos colocar, e aí tampa o nome da marca... bom, o que eu tava falando né, a questão da roupa, se empenhar na roupa. Às vezes a pessoa não se empenha na roupa, a gente vê que ela não se empenhou e isso acaba por desmotivar, quer dizer a gente acaba não olhando com os mesmos olhos.

E- Mas como que tu sabe que o sujeito se motivou ou não? Ou vê só em olhar para as roupas?

S5- Na maioria das vezes... a roupa e o porte, o porte não, mas o comportamento das pessoas...

E- Comportamento

S5- É, comportamento como cosplayer. Se a pessoa vê que, por exemplo teve um evento aqui que a menina tentou fazer um, um personagem dela, então ela rasgou uma saia, prá fazer, entendeu?! Muito complicado, não ficou igual, muita gente criticou por que tava parecendo mendigo, vamos dizer assim. Mas não é assim. Ela rasgou uma saia dela prá fazer, rasgou uma meia dela prá fazer. A gente vê que ela tentou fazer, a gente vê que ela tentou o possível prá fazer. Trouxe satisfação prá ela. Prá essas pessoas foi sem noção, mas prá mim teve muito valor, entendeu?! Por que ela realmente se dedicou, então é assim, ações, ações ou resultados de ações que gera essa identificação com o personagem.

E- Qual era o personagem dela? Lembra o cosplay dela, qual era?

S5- Lembra, a personagem era Sakura, do anime Naruto. Por falar, ela tem um short com uma saia por cima. A menina não tinha um short igual, mas ela tinha uma saia que era da mesma cor. Ela rasgou a saia e costurou por dentro prá fazer o short da saia. Uma coisa que ela não vai usar mais, ela fez somente prá essa noite entendeu?! Empenhou entendeu?! Prá mim foi empenho, muito gente nem viu isso.

E- Isso gera uma forma de status dentro... dentro do grupo? Se empenhou, foi difícil.

S5- Sim, sim... é igual ao que eu falei. Não pode ser o objetivo principal mas acaba gerando uma consequência. Por que eu posso dizer que tem gente que me conhece, me

conheceu pelo cosplay... eles dizem “ah é aquele menino que fez o cosplay tal...”, “que eu não falo por que ele é chato e não sei o quê...” (*risos*) acaba, você acaba sendo conhecido, vamos dizer assim.

E- E em se falar em ficar conhecido... você conheceu muita gente no evento?

S5- Sim. Bastante. Bastante. Muita gente que... tanto por que depois desse evento a gente tem o a... é uma ressaca... a gente se vê praticamente toda semana, o grupo que foi desse primeiro evento.

E- Desse primeiro evento?

S5- Desse primeiro evento que teve no ano passado.

E- Esse que teve não foi o primeiro evento?

S5- Não, esse foi o terceiro evento que teve aqui.

E- Os outros são quais?

S5- Espírito Anime.

E- Aí tu participou também?

S5- Mas Não com cosplay... só observando mesmo. Aí teve esse primeiro evento que foi o Animespirit... Espírito Anime que foi em outubro do ano passado senão me engano. Teve um outro em maio, ou março, não me lembro a data. Aí desde esse ano o pessoal tem marcado prá se encontrar sempre.

E- Qual a sua avaliação desses dois eventos anteriores?

S5- Eu achei o Espírito Anime dois melhor que o primeiro Espírito Anime e que o Animerock.

E- Qual a causa?

S5- ... o local estava melhor, do Espírito Anime dois que o Animerock. Não vou dizer em termos de organização, o evento em si saiu melhor... teve uma variedade... não sei explicar, foi melhor... a causa... não parei prá avaliar e não saberia dizer.

E- E como é que é isso? Teve o primeiro evento, teve o segundo evento e aí começaram a ser reunir por causa dos eventos?

S5- Isso. Toda semana, praticamente toda a semana a gente se encontra.

E- São todos cosplayers?

S5- Não, nem sempre, mas foi o pessoal que se conheceu no evento. Aí pelo fato de ser cosplayer... pode ter feito cosplay e acaba ficando conhecido... desde que você conhece com todo mundo, tenha uma amizade entre aspas qualquer. Você acaba se tornando conhecido, todo mundo te dá um “oi”... mesmo que seja o meu caso as pessoas não falem comigo... mas conhecem, “aquele rapaz”. (*risos*)

E- Aí como é? Isso são mini-eventos?

S5- Não, não são mini-eventos não. Por que para ser um mini-evento teria que ter um monte de coisa. Por exemplo, teria que ter lojinha, teria que ter exibição de anime, como todos os eventos que tivera aqui até hoje. Seria mais como reunião mesmo só de amizade... geralmente é aqui no shopping, hoje o pessoal vai estar aí.

E- Aqui?

S5- É.

E- Onde é que vocês ficam?

S5- A gente se reúne lá no mezanino, ali em cima da praça da alimentação e na, no “play” também. Mas o “play” fechou, a gente teve problemas lá também.

E- Por que? Briga essas coisas?

S5- Não é briga, é por que... entendeu, não vou dizer o comportamento das pessoas... mas a gente acaba se ajuntando muito, aí como são vinte pessoas, trinta pessoas, aí vai chamar a atenção, aí o pessoal da “play” não gosta.

E- Aí no mezanino não tem...

S5- No mezanino não tem como impedir, até agora tava fechado lá até agora. Não sei se vão abrir. Mas sempre tem, quando chega a gente se reúne aí tem os seguranças por perto, sempre que possível eles chamam a atenção por alguma coisa. Às vezes até uma coisa que não... é uma forma de discriminação prá falar a verdade.

E- Você vai se encontrar com eles hoje?

S5- Sim.

E- Poderia ir contigo prá conhecer alguns membros do grupo?

S5- Pode. Sem problema.

E- E por que você disse discriminação? Como tu sente isso?

S5- Acaba sendo consequência por nosso comportamento. Comportamento não é a palavra certa. Modo de se vestir, por exemplo. É um modo peculiar que vai me acompanhar por toda vida. Quando vários tipos se encontram... gera um apelo visual, vamos colocar assim que acaba chamando atenção de outros olhos.

E- E cria um certo...

S5- Cria uma certa aversão... colocando assim.

E- Falando nisso, é, tu participa de outros grupos fora os cosplayers que também seja relevante em termos de vestimenta, de roupa, ou só, só esse?

S5- Grupo? Grupo assim, só esse. Em questão de se vestir de personagem, ainda mais que só esse de cosplay mesmo. Já pende pro anime, o olhar essas coisas assim. Mas se

vestir... o pessoal me encaixa muito, bom, prá fugir do assunto, o pessoal me encaixa muito nesse como estilo “emo” que o pessoal fala.

E- Emo?

S5- De Emohardcore que o pessoal fala... mas esse já é outro assunto.

E- Que quê é emo?

S5- Emo é um estilo de música. Ou seja, um hardcore um pouco mais melódico, vamos dizer assim. Mas voltado prá emoção.

E- Mas é rock?

S5- É, acaba sendo rock.

E- Mas assim... esse... o grupo de emos são vinculados ao grupo dos cosplayers, ou uma pessoa que é cosplayer não obrigatoriamente.

E- São diferente, são duas coisas totalmente diferentes, mas como o anime é uma coisa é bem abrangente vamos dizer assim, até prá fazer cosplays. Essa menina que eu comentei que rasgou a saia e tudo mais, ela faz parte também do grupo emo, entendeu, acaba que sim. No mínimo a gente pode dizer que sim, mas não ligar como você comentou, os emo com cosplay. Acaba tendo uma identificação, mas não é obrigatório. Uma regra.

E- Desses, é... desses eventos que você participou que não tenha sido aqui do Espírito Santo?

S5- Sim. No meio do ano agora eu fui prá São Paulo. Um evento internacional, que tem, o Animefriends, teve cantor de música japonesa, vem pessoal de fora prá esse evento, é bem de escala internacional.

E- O que quê tu achou do evento?

S5- De lá? Perfeito. Absolutamente diferente do nosso aqui. A faculdade onde teve o evento, foram os sete andares de evento, mais a área externa, palco prá show, tinha show todos os dias. Palco á noite era sempre show internacional, era completamente outro nível.

E- É, é no caso você acharia a organização daqui... como eu posso falar? Amadora?

S5- Não. Não é questão de ser amadora ou não. Por exemplo, o primeiro evento que teve aqui foi no ano passado, não completou nem um ano ainda, teve dois eventos, tem um terceiro que vai ser realizado agora. Então é salto assim, incrível, em um ano a gente tá tendo três eventos, enquanto antes a gente não tinha nada. Entendeu?! Então não é questão de amador não. Acho que o pessoal tem muitos planos nessa área de eventos, não sai igual ao de São Paulo, por que obviamente não tem recurso prá isso, não tem

atrativo para atrair as pessoas de fora daqui, entendeu?! Por que está engatinhando ainda. É uma coisa que vai crescer é automático. Não chamaria de jeito nenhum as organizações. Tem melhorado bastante... é uma iniciativa, muito importante... principalmente para o Estado.

E- É contabilizando todos os eventos que tu foi, são quantos?

S5- Olha... teve esses três aqui do Espírito Santo e o de São Paulo.

E- Então contando esses quatro, qual foi o mais importante?

S5- O mais importante foi o de São Paulo, por ser o maior. Mas em questão de importância foi o primeiro do Espírito Santo, por ter sido o pioneiro. Por ser a primeira vez que eu fui num evento desses. É diferente de todos, vamos colocar assim. Por que esse primeiro evento foi numa loja perto do terminal Íbis, aí tinha uma loja atrás, onde vende por exemplo, DVD de anime, revista e tudo mais, a pessoa dona da loja é que organizou o evento, e o evento foi feito praticamente no meio da rua, entendeu? A princípio, não pode nem ser chamado de amador, no sentido pejorativo da palavra.

E- Esse aí vai ficar na história.

S5- Vai ficar na história, por que foi o primeiro. Se ele não tivesse acontecido, os outros não teriam acontecido com certeza.

E- Deu mais ou menos quantas pessoas?

S5- ... olha, não tem como precisar não, sou muito ruim prá chutar número assim, mas eu diria umas setenta, cento e cinquenta pessoas eu não sei.

E- Pô, no meio da rua?

S5- No meio da rua.

E- Então é, é.

S5- Que passaram por lá, não ao mesmo tempo, aí deu poucas pessoas. Ia um esperando uma coisa, chegava lá era outra coisa.

E- Como assim?

S5- Por que tem gente que achava que seria um evento... é gente que não tem percepção, acha que vai ser algo grande, perfeito... entendeu?! Aí chega lá, vê que não era o que esperava, aí não gosta, aí não ficava prá aproveitar entendeu?! Aí teve muita gente que só passou por lá, entendeu?! Teve gente que chegou lá, não gostou e foi embora.

E- Acredita que um dia isso vai se torna igual a São Paulo? Mais internacionalizado?

S5- É o que eu espero. Seria muito interessante ficar daquele jeito.

E- Um dia quem sabe.

S5- Um dia quem sabe... (*risos*) divulgação já teve, já saiu em jornal, saiu até em televisão esse último que teve. Passou na televisão demais. Então tá crescendo.

E- Esse na CEFET você não foi de cosplay?

S5- Não.

E- Qual... por que, o que foi?

S5- Por que teve um evento aqui na Leitura... no Animerock eu fui de cosplay, aqui eu vim de cosplay... e eu vou fazer cosplay no próximo evento. Eu vou com o mesmo cosplay sempre, eu vou com o mesmo cosplay para o próximo evento e não houve modificações, se eu fosse com o mesmo cosplay de novo aí eu acho que ia desgastar demais, pessoal ia olhar e não ia achar legal, “ah! De novo com esse cosplay”, entendeu?! Não ia ser tão legal. Como o próximo eu quero, como é com um amigo meu ir com pronto, seja especial prá mim mesmo até, eu prefiro não comparecer com esse cosplay.

E- Ah, então isso também conta, a quantidade de eventos que você vai com o mesmo cosplay?

S5- Acho que não. Prá mim conta. Muita gente que eu conversei perguntou prá mim por que eu não fiz cosplay e eu expliquei, aí pessoal “ah perfeito, seria legal que tivesse vindo” e tudo o mais. Acho que prá mim conta, entendeu?!... não sei, se eu acho que não seria legal não iria fazer.

E- Sobre os cosplays lá de São Paulo, o que você achou?

S5- Outro nível. Outro nível, o pessoal passa seis meses vestindo e comprando coisas. Andando com asas enormes, com penas de verdade entendeu?! É outro nível, se bem que tem, tem a premiação do concurso com prêmios bem diferentes dos daqui, entendeu?! Teve um concurso desse evento lá de São Paulo que os ganhadores... era todo um circuito que tinha vários eventos e esse evento fechava o último circuito.

E- Qual o nome desse evento?

S5- Animefriends.

E- Animefriends.

S5- Isso. É, quem ganhou esse último circuito de cosplay foi pro Japão, nos Estados Unidos, desculpa, prá se apresentar no concurso internacional de cosplayers. Inclusive, foram os brasileiros que ganharam.

E- É mesmo?

S5- É. Então é outro nível, é outro empenho, é outra visão. Por que também aquele pessoal vem fazendo isso há muito tempo. Tá entendendo. Há mais de seis anos,

chutando a lata aí por cima. É um... mas o que os cosplayers tem aqui por ser menos de um ano, a gente tá no caminho certo.

E- Ah então.. então quer dizer que... o campeonato... existe um campeonato nacional que é vinculado a um internacional?

S5- Isso, isso, o internacional se chama “World Summit Cosplay” eu acho.

E- Aí nesse caso como o sujeito faz prá chegar e disputar o internacional e tal?

S5- Bom, esse internacional foi custeado pelo pessoal do evento eu acho. Tem uma editora por trás custeando a passagem deles para os Estados Unidos. Prá fazer a apresentação internacional. Então teria que ganhar esse circuito prá poder participar o internacional. Eu não sei se há, ou um forma de eu por exemplo me inscrever diretamente no internacional, não sei se há, houve essa forma, mas nesse evento que aconteceu no Animefriends ligado a esse torneio internacional, foi pela empresa, pela uma editora brasileira que eu acredito tenha custeado todo, transporte, a ajudar os brasileiros lá no custeamento.

E- Deve ter algum prêmio então.

S5- Com certeza deve ter algum prêmio. Possivelmente até em dinheiro.

E- Internacional?

S5- Internacional. Com certeza.

E- Nesse nacional teve dinheiro como prêmio?

S5- Não sei. Não sei. Mas por exemplo, aqui... teve um torneio e eu até ganhei esse torneio.

E- Ganhou?

S5- Ganhei.

E- Meus parabéns!

S5- Muito obrigado. Ai deram por exemplo, me deram revistas entendeu?! Acaba não sendo dinheiro em si, em “cash”, mas me deram revista, me deram um álbum prá tirar uma foto... como é? Tinha um álbum, uma sessão de fotos, são vinte fotos, entendeu?! Então acaba convertendo em dinheiro.

E- Legal.

S5- Então acaba sendo isso.

E- Então você ganhou?

S5- Isso de Seichiro Sakurazuka o nome. Estava de cabelos pretos, uma faixa na cabeça.

E- Ah tá!

S5- Depois eu anoto seu e-mail e te passo fotos.

E- Tava com uma faixa no olho.

S5- Isso.

E- Ah tá! Tinha até uma carta.

S5- Um cartão.

E- Isso.

S5- Isso mesmo.

E- Foi bom, gostei daquele.

S5- Obrigado.

E- É aí tu fala assim, que sentia uma certa hostilidade, o pessoal lá da loja deu uma distância em vocês... é... com relação aos seus colegas de escola, com eles vêem essa... esse comportamento teu de cosplay, de emo... aliás houve uma alteração de comportamento da parte deles?

S5- Compreendi... na faculdade que eu faço... eu geralmente eu não... eu não vejo socializando a ponto de ver amigos e um clã, entendeu?! E eu acabo mantendo uma certa distância das pessoas, não chego perto, não sei se eu gosto em sala de aula, mas... já chegaram até a ver meu álbum, acharam até legal, mas, acaba sendo identificação, aquele que você não se identifica.. há uma... até um preconceito, que eles impõem, mas é algum comum na sociedade hoje em dia, acaba acontecendo naturalmente, entendeu?! Como aqui no shopping, tem gente que passa pela gente e vira a cara, não conversa, entendeu?! Pessoas que a gente poderia conversar, acaba tomando uma distância prá não conversar, entendeu?!

E- É difícil explicar... você já disse que alguns colegas da faculdade já viram... já viram suas fotos. É difícil explicar o que é cosplay prá eles?

S5- Ahn... o sentimento completo eu não sei te dizer, mas a cara que eles fazem e de quem entende. Eles balançam assim a cabeça “sim, aham”... se houve um entendimento completo, eu não sei te falar, não sei te explicar... entendeu? Não é uma dificuldade por que eu acabo, eu acabo falando, agora, questão de entendimento é outro ponto.

E- Tu acha que essas pessoas que viram a cara, elas não querem entender?

S5- ... é bem provável. Por que geralmente essas pessoas que viram a cara sem saber realmente o que é, entendeu?! Geralmente, é bem pelo preconceito mesmo que eu tava falando. Tem uma visão sem saber realmente o que é. Então involuntariamente acaba sendo por não querer entender.

E- E como fica o emocional, quando acontece uma coisa dessa?

S5- Eu suporto. Por que eu não vou me importar com quem não se importa comigo. Se virou a cara, é um problema dela entendeu?! Eu não vou me esforçar para fazer algo que... algo que os dois devem se esforçar, eu não vou me esforçar e fazer sozinho, então deixa prá lá. Aí eu viro a cara também.

E- Joga na mesma moeda?

S5- É. A pessoa não fala comigo eu não vou falar com ela. Não faz diferença.

E- E tu já viu é... alguma pessoa desse teu grupo que se sentiu muito ofendido com um comportamento desse “ah virou a cara prá mim então eu vou xingar, eu vou brigar?”

S5- Geralmente é uma tentativa do, do outro grupo prá falar a verdade. É... nós, nosso grupo prá virar a cara e chegar prá xingar, nunca vi não. Puxar briga, nunca vi não... existe a questão de provocação mas do outro grupo com relação a gente, vamos colocar assim. Eu por exemplo, teve uma vez aqui, que Otakus estavam juntos em frente a “play”, eu não estava presente, chegou um segurança e falou que não era prá eles ficarem ali e um colega meu se sentiu ofendido e começou a falar “ó você não pode falar isso aqui com a gente”, aí começou a levantar o tom, não levantar o tom brigando, mas argumentando, dizem que o segurança começou a levantar a voz, gritou mesmo, não uma... não uma ação que o segurança deveria tomar, não da forma correta. Mas acaba sendo um preconceito. Acaba que o cara chamou o gerente, conversou e tudo mais, sei que criou um tumulto, o pessoal saiu de lá, o pessoal chamou o gerente e deixou o gerente ciente do segurança, mas como eu não assistia a estória.

E- E por que esse tipo de comportamento dos outros não é... suficiente para você abandonar esse tipo de grupo?

S5- Por que é o que eu gosto. Acaba sendo pessoas que eu gosto, que eu me identifico e abandonar esse grupo, seria como abandonar a minha identidade, seria abandonar quem eu sou, então... apesar dos outros odiarem, não gostarem, não vou abandonar o jeito que eu sou prá pessoa “x” ou “y” gostar.

E- É, no que concerne aos teus amigos, tu disse que faz parte de um grupo de cosplayers, faz parte de um grupo de emos, tem o grupo da sua faculdade... mas os amigos do seu bairro por exemplo, ou da tua rua. Eles reconhecem essa diferença? “ah você é emo... você é cosplayer”, eles conhecem isso?

S5- De cosplay é mais quando você vestido. Você coloca a questão de emo. O emo tem sua maneira própria de se vestir. Já ligam uma imagem que existe que é aí que gera o preconceito, eles acham que você é uma coisa que você não é, entendeu?! Eu por exemplo e você cai... cai no mesmo vamos colocar assim.

E- É... antes, antes deles saberem que você era cosplay e depois que souberam, você percebeu alguma alteração de comportamento?

S5- ... comportamento não. O que alterou mesmo foi a questão do conhecimento né?! Assim, mais gente que conheceu, eu chegava prá eles como mais um, prá dizer... um vamos dizer assim, mas chegava um conhecido, que chama a atenção, que tira foto, gente que chama atenção, gente que você acaba conhecendo. Existe... um pouco de respeito também, as pessoas respeitam a minha imagem, as pessoas do grupo, vamos colocar assim, mas a questão de comportamento de estar mais propício a amizade eu acho que não há tanto isso não, acho que seria uma aproximação mais por interesse, vamos dizer assim. Eu acho que existe isso.

E- Teus colegas, os colegas seus da tua rua, onde tu mora, que sabe que você faz cosplay, como te parece?

S5- ... bom, é assim... tem que aceitar, ahn... por que, senão aceitar... senão, senão ver com os olhos, achar legal, ou você não aceita não concordando... ou a pessoa aceita, por que se a pessoa não aceitar, acaba caindo... vira a cara, vira a cara prá gente e... cai naquilo, bom a pessoa não gosta de mim, não gosta do que eu faço, mas eu não vou mudar por ela.

E- Você falou que francamente as pessoas viram a cara pro emo...

S5- ... sim.

E- É uma coisa explícita... sentiu isso com relação à cosplayers?

S5- Não. Não. É diferente... bem diferente, não há uma generalização, não para os cosplays.

E- Tu... tu encontra algum motivo prá isso? Alguma explicação? Por que prá este tipo de grupo eles viram a cara e prá esse não?

S5- É por que o grupo de cosplay não... por que por exemplo, a gente se veste de cosplay, na hora dos eventos mas fora daquilo ali a gente se veste normal, entendeu?! Se veste normal. Já a questão do emo que você começou a tocar, o meu normal é tá vestido do jeito que eu tô agora, eu acho que acaba inspirando desacato no outro grupo... o cosplay tem só... não tem identificação de roupa, somente na hora que está fazendo o personagem, fora dali, ele é ele, tá fazendo parte do seu grupo entendeu?! O cosplay acaba somente sendo uma ação... acaba sendo um grupo que as pessoas fazem os cosplays.

E- E como foi com a família? Você falou “ah, vou fazer um cosplay”, como foi, como foi que a família recebeu?

S5- Minha mãe me ajudou.

E- É mesmo?

S5- É... (*risos*)

E- Que legal.

S5- Ela me ajudou a cortar as... as pétalas que eu não conseguia fazer e não há nenhum tipo de preconceito não.

E- Como foi que tu chegou prá ela e falar que queria fazer isso?

S5- Eu cheguei... “mãe, vou fazer cosplay, preciso da roupa tal e tal”, aí ela: “você vai fazer o quê?”, aí eu tive que explicar prá ela... mas ela não agiu diferente ou... não... uma ação negativa, não há, atitude negativa, não há.

E- Ela não achou esquisito?

S5- Não, não, ela acha até legal, ela... minha irmã estava querendo fazer, ela vai ajudar ela a fazer. No meio da minha família não há isso não.

E- Ah, a sua irmã é mais jovem que você?

S5- Mais jovem que eu... aí, eu trabalho, eu mesmo corri atrás, eu comprei a roupa prá mim, minha irmã não trabalho, a minha mãe tá pensando em ajudar prá eu comprar uma roupa prá mim, nesse sentido.

E- O que ela achou quando ela te viu vestido?

S5- Ahn? Ah... foi aí que ela teve a idéia de fazer também.

E- Ela também gosta?

S5- De desenho animado.

E- Tem mais alguém que faça parte do teu núcleo familiar?

S5- Tem, tem minha irmã, que ela está até aí hoje.

E- Ela é emo também?

S5- ... hmmm... bom ela anda praticamente vestida do mesmo jeito que eu, então... sim. Anda de emo, e a música, sim.

E- Fala que emo é música, é tem alguma, relação entre música e desenho animado, música e cosplay, música-mangá? Ou é uma coisa totalmente diferente?

S5- Sim, tem a união de música com anime. Que quem gosta de anime, acaba gostando de cultura japonesa e através dos animes, conhece cantores japoneses, artistas japoneses e a toda uma ligação nossa do pessoal que gosta de anime com a mídia japonesa... hoje a gente procura na internet músicas de japoneses, baixa o CD, tem o DVD, vídeo, seria... como... é músicas que a gente gosta, só que são japonesas.

E- No teu caso, tu gosta?

S5- Gosto, gosto bastante, de algumas bandas... tenho vídeos, tenho músicas, vou atrás.

E- Aí como que fica por que você disse que o emo é uma corrente que segue muito por uma música, e as músicas japonesas são bem diferentes das ocidentais, aí como que, como que fica essa relação?

S5- Não, não há relação, eu por mim mesmo não ouço uma banda de tal estilo, eu não ouço só um estilo, eu ouço a banda "x" se eu gosto, eu vou botar prá ouvir, entendeu?! Eu não vou correr atrás apenas de um estilo. Eu pelo menos não tenho uma cabeça fechada de andar atrás somente de um estilo... se eu ouço a música japonesa, eu gosto de música japonesa, eu gosto daquele cantor, eu vou buscar música dele, eu vou baixar música dele, independente ou não de gostar, de que seja ser uma vertente do emocord.

E- Como foi?

S5- Independente ou não de ser uma vertente do emocord. Seria um emo né?!

E- Em termos de música japonesa, você identificaria alguma banda que seria emo também?

S5- Não, eu acho que não... nunca fui atrás prá saber se existe mesmo ou não, mas existe o "J-Rock", como eles chamam que é o japanese rock. Que seria uma música, só que de rock.

E- ... é...

S5- ... mais pesado.

E- É mais pesado que o rock brasileiro?

S5- ... creio que não, por que aqui existe o rock leve e o rock pesado, assim como lá no Japão.

E- A gente tem os "Titãs" e o "Jota-Quest", lá eles têm o quê?

S5- ... é lá eles tem, "L'arc en Ciel", "Malice Mizer".

E- As músicas são mais pesadas?

S5- São mais pesadas.

E- Aquele tipo de voz gutural também, ou?

S5- O Malice Mizer sim, o L' Arc en Ciel não, é mais parecido assim, mais aguda, vamos colocar assim e lá existe o pessoal do L' Arc en Ciel que é uma banda e tudo mais, ele toca, tem música de metal mais pesado e eles são calmos e tocam piano e tudo o mais, entendeu?!

E- Ah! então no caso lá também existe banda mais pesada.

S5- Tem por exemplo esse L' Arc en Ciel que eu tava comentando, existe uma grande disparidade de música pesada, com música leve, eles não se prendem a um estilo.

E- O emo também é música pesada?

S5- É mais pesada. Pela definição da palavra sim, pelo hardcore não, seria mais rápida, mais pesada, só que com letras voltadas pra emoção, não que... não que a gente esteja comentando aqui e tudo mais, mas não tem “link” isso de emocord com anime e cosplay. O “link” meu é com som entendeu?! Eu que tenho esse “link”, entendeu?!... provavelmente ninguém que você vá falar sobre isso assim, estou comentando por que é o meu pessoal mesmo, eu penso assim.

E- Prá eu ter uma idéia... que... que banda nacional, você falaria assim, é “o mais próximo de emo que eu ouço”... não é a mesma coisa, mas que você poderia dizer é o mais próximo.

S5- Bom... japonesa que mais gosta de emo... é como eu comentei, eu nunca corri atrás, emo japonesa... prá eu ouvir uma coisa assim que eu gosto eu geralmente procuro letra, então música japonesa é mais difícil por que eu não entendo a letra por que eu não leio japonês. Efetivamente, você vai ver animes e vai entender algumas coisas, mas não a ponto de ouvir uma letra e entender o que está falando. É... acabou que esse L’Arc en Ciel eu conheço algumas letras dele, por gostar do som, por exemplo, eu conheço a banda, aí eu ouço a banda, tem algumas músicas que eu gosto do som, aí eu busco o CD da banda prá entender a letra, entendeu?!

E- Ah tá!...

S5- ... então o L’Arc en Ciel tem algumas letras que mexe... tem algumas letras que mexem comigo, entendeu?! Então... entre poucas bandas japonesas que eu conheço, seu eu for falar que uma que pareça com emocord, não em questão de estilo musical, mas em questão de música rápida demais, de tocar emoção é L’Arc en Ciel.

E- E eles tem música relacionada a anime também?

S5- Tem. Tem muitas músicas do L’Arc en Ciel são usadas para a... a abertura do anime, a introdução do anime que seria o que se passa nos episódios, seria a abertura da novela por exemplo, como se você assistisse a novela, no anime também tem isso. Geralmente por causa dessas aberturas dos animes, por isso que os fãs de animes e os cosplayers conhecem algumas bandas japonesas, a partir daí que começa a gostar.

E- Vou perguntar duas coisas. Falou que o anime tem uma música de abertura como uma novela, a gente sabe que a novela tem discos, da trilha sonora, aí o japoneses fazem isso também?

S5- Também. São as “tracks” são como trilhas sonoras mesmo e tem tanto de anime quanto de mangás que são as revistas. Apesar de você ler, que você não ouve música

por que logicamente você está lendo, que algo diferente, existem, quando o mangá faz tanto sucesso que eles lançam o “soundtrack” do mangá. Seria como se você fosse ouvir música do mangá. Está relacionado com o título. Mas existe uma mídia bastante grande com a soundtrack.

E- Essa banda... essa banda que você citou... mas as músicas deles não é só pra anime... é também pra anime... mas...

S5- Isso, é também pra anime, eles fazem os discos deles e... aí eles deixam uma indicação para o produtor do anime com a música “x” que eles fizeram, aí entra contrato, direito autoral e pega pra usar no anime. Mas existem casos também do produtor contratar uma banda “x” pra produzir uma música pra esse anime. Aí no caso a música, nesse caso a música vai ter como desenho tudo a ver, pode ser de um personagem.

E- Hmm, entendi, então pode ser dos dois lados né?!

S5- Sim.

E- ... eles podem tanto...

S5- É, fazendo uma relação com as músicas de novela aqui. Que a música nem sempre é feita pra novela, acaba pegando pra utilizar, seria a mesma coisa.

E- Ah tá, sei... tu diria que a... o mangá e o anime tem tanta importância pra eles como a novela tem para o brasileiro?

S5- ... eu diria que sim, e talvez até mais... por que lá eles utilizam o anime para a educação da criança, quer dizer eles colocam coisas no ensino, que elas deveriam aprender na escola. Também tem questão de oportunismo, de maneira a socialização... a novela aqui é mais coisa de adulto mesmo, tem alguns casos específicos, tem... mas eu diria que o investimento pra animes lá é muito maior do que o investimento pra novelas dos brasileiros aqui... então até acredito que teria uma vertente de uma importância maior.

E- Hmm... você tem namorada?

S5- Tenho.

E- E o que ela pensa do cosplay?

S5- Ela faz também. Ela também faz.

E- É do meio né?! (*risos*)

S5- É do meio...

E- Ah é... e como é você fazer cosplay e ter uma namorada que faz cosplay?

S5- É legal, por que na hora você acaba se ajudando... na hora... na hora de fazer o cosplay... opinando “ah faz assim que vai ficar legal”, “ah deixa eu te ajudar aqui”. Vai se ajudando também.

E- É... existe uma questão também de exigência, “ah você não está muito parecido”... ou é uma coisa mais... não é tão.

S5- Existe. Mas não é tão assim, se me perguntar “é parecido, eu fiz igual”. Se eu achar que não, eu vou falar... eu por mim mesmo sou assim. Se eu não achar parecido vou falar que não está. Vou até contar um caso engraçado. No último evento que teve aqui. Um menino ia fazer, ia fazer um cosplay, aí no dia anterior ele mostrou pela internet como é que tava o cabelo dele, não tinha nada haver com o personagem aí eu falei “tá horrível”. O resultado foi que ele não foi com o cabelo do jeito que ele queria por que eu falei que tava assim. Aí eu falei “faz assim o próximo”, aí ele vai tentar fazer assim como eu comentei no próximo.

E- Quer dizer que essas indicações, esses aconselhamentos, as pessoas levam a sério mesmo.

S5- Levam. Levam à sério. É esquisito, é construtivo é destrutivo, entendeu?! Tem que saber diferenciar... e eu acho que se a pessoa pede uma opinião ela quer ouvir a verdade... eu penso assim né?! A pessoa me perguntou eu vou falar a verdade. Eu por mim mesmo. Mas muita gente leva à sério esse aconselhamento, mas também tem gente que não leva também, acaba pensando “ah tá falando isso por que não é prá fazer...”, “ah aquele babado, sabe fazer melhor então faça!”. Ai se não quiser saber paciência, vai de personalidade a personalidade.

E- No caso da sua namorada, ela fez qual o cosplay? Esse último dela.

S5- Ela fez de Delirium, é não é de um anime em si, é de um livro de um americano, Neil Gaiman. Ele fez esse livro e nesse livro tem esse personagem, ela se baseou nesse personagem.

E- E vocês começaram a namora por causa dos eventos de cosplay ou não tinha nada haver?

S5- Não. Mas a gente se conheceu num evento. Mas não namoramos por causa do evento.

E- Ah, então quer dizer que esses eventos servem não só prá fazer laços de amizade, mas prá fazer laços afetivos, né?!

S5- É. Acaba acontecendo, né?! Acaba conhecendo pessoas novas no evento, acaba tendo novas amizades, novos interesses.

E- E ela planeja... ela planeja algum outro cosplay? Para os próximos eventos ou...

S5- ... a gente sempre tem um cosplay dos sonhos assim...

E- ... um cosplay dos sonhos...

S5- ... é vamos colocar assim, que não dá prá fazer agora, ou por falta de verba ou por que às vezes você não tem o material que você quer, como peruca não sei o quê... mas o próximo evento talvez ela faça o mesmo que ela fez no último, só que aprimorado.

E- Eu gostei disso... desse cosplay... qual seria o seu cosplay dos sonhos?

S5- Ah não sei... tem muito cosplay, a gente olha assim, “ah gostei desse”... um personagem que eu gostaria muito de fazer é um personagem de *videogame*, não é nem de anime. É o personagem Squal Leonhart de Final Fantasy. Mas não dá prá fazer agora, não dá prá fazer agora. Não dá prá fazer.

E- Quer dizer que tem anime de filme... oh! cosplay de livro, de mangá, de anime e de *game* também.

S5- E de game também, por que o cosplay por si só é como brincar de fantasia. Prá mim vai além disso, é uma questão de interpretar. Mas abre um leque muito grande, só que os mais conhecidos, que mais se sucedem são de anime e videogame.

E- Ah então não existe uma regra então, “você só pode fazer cosplay de anime”.

S5- O cosplay é variado. O próprio conceito de cosplay traz isso, a variação.

E- Você pode criar um cosplay que não seja de nada, de nenhuma.

S5- Pode. Tem gente que faz cosplay de personagem que ele inventou, por exemplo.

E- Ah! Tem isso também.

S5- Tem isso também. Os personagens que ele inventa, ou o personagem que ele inventa... é, vai trazer uma satisfação prá ele e tudo mais... a única coisa que não vai acontecer é as pessoas reconhecerem o personagem dele, a não ser que tenha todo um trabalho por trás.

E- Isso é importante? O reconhecimento dos outros.

S5- Como consequência né?! Não como objetivo principal.

E- É... tu falou que descobriu cosplay justamente lá na internet, atualmente você usa muito seu tempo de internet, sobre os cosplays?

S5- Sim e não. Eu não uso prá fazer isso, mas quando eu entro na internet eu acabo me lembrando do personagem tal, eu vou lá, ou eu tava lendo um mangá, e quero fazer um cosplay de um personagem do mangá. Vamos ver como é que fica, vamos ver como é o cosplay desse personagem, aí eu procurei, aí achei o japonês, achei o americano, já pensando, “ah esse tá legal, esse não tá... ah, vou fazer isso que vai dar certo”. Você

acaba se espelhando,então há uma grande importância, mesmo que por exemplo, é... você vá comprar acessórios de cosplay. Aqui você não acha, se acaba por pedir pela internet.

E- Internet?

S5- Vou pedir uma lente por exemplo de um cosplay pela internet, entendeu?! Então acaba sendo muito importante.

E- É... pedir pela internet é mais barato?

S5- ... sim, bem barato. Por que é uma coisa totalmente, se você vai pedir pela internet é uma coisa rara aqui, né?! E as mercadorias, excluindo as mercadorias assim, o que não tem aqui, prá trazerem prá cá vai ser caro, então pede pela internet que é mais barato.

E- É... no caso você usa a internet prá os contatos que você fez nos eventos?

S5- Sim, com certeza. O *MSN*, *fotolog*, até uma amizade, vamos colocar assim, se a gente tiver com o pessoal. Manter contato é inevitável.

E- E a melhor fonte? Você está lá na internet pesquisando, a melhor fonte seria o desenho do personagem, ou cosplay de alguém que fez o personagem?

S5- A melhor fonte, é o desenho feito pelo autor e tudo mais. Eu acabo vendo, eu e muita gente que eu conheço acabo procurando cosplayers, e ver como ficou a roupa dele. É por que quem conseguiu fazer, como foi feito aquilo, se ficou legal ou não. Você tem que mudar e divulgar que não está tão legal, entendeu?! Então a gente acaba vendo dos dois lados. Então o que eu acho mais correto a se fazer é se basear no, no desenho oficial.

E- Você falou que é... algum, algum cosplay, cosplayer brasileiro ganhou o circuito internacional.

S5-Iso.

E- Em termos de pessoa você tem alguém como referência? Que admira, ou não tem?

S5- Reconhecido né?!... não!... existe, tem pessoas famosas por exemplo, em São Paulo, carrega o nome, e fazem cosplays bons... mas... eu não... eu não falo “olha os cosplays dela são bons”. Tem uma menina de São Paulo que se especializou em fazer o cosplay de um personagem, ela tem feito só desse personagem. Ela tem feito igual ao personagem, e tem ficado muito bom. Se eu fizesse esse personagem iria me basear nela... mas eu não tenho um nome assim, eu vejo as coisas no geral mesmo.

E- Ok, vou fazer uma pergunta que já é redundante, mas... tu vê anime e lê mangá?

S5- Sim!

E- E quais são os principais?

S5- É muito difícil falar isso...

E- ... você poderia resumir em três ou quatro?

S5- Os principais que eu tô vendo agora. Tô vendo X da CLAMP, tô revendo. Tô vendo, tô lendo Death Note, que é um mangá, é... relativamente novo, tá saindo no Japão, que ainda nem saiu no Brasil, só na internet mesmo. Tô vendo várias séries aqui que saiu em mangá... anime em geral baixo várias séries também, por exemplo Naruto, é Karekano, Slam Dunk, Monster, vários.

E- É... você disse que começou vendo Cavaleiros do Zodíaco, e em termo de leitura, qual foi o primeiro?

S5- Foi em dois mil, quando lançaram o primeiro mangá aqui no Brasil, foi exatamente Cavaleiros do Zodíaco e Dragon Ball, Editora Conrad, comecei a comprar, hoje eu tenho uma estante lá em casa. Se eu parar prá contar, quanto eu já gastei ali... já foi muito dinheiro.

E- Mas pelo visto gosta, né?!

S5- Gosto, gosto bastante. Tipo eu acho legal também ter, vai que amanhã, vai querer ler tudo. É como se fosse um livro, né?! Mostrar prá filho.

E- Você disse que tinha mangá e anime que não tinha sido lançado no Brasil e você baixa pela internet, mas se é em japonês como é que você consegue?

S5- Bom. Aí o pessoal faz uma legenda, legenda , tem grupos que legendam na internet os animes e os mangás... e fica disponível na internet.

E- Ah é?! E quanto tu paga?

S5- Pago nada não... é prá fazer download na internet, é prá fazer download mesmo...

E- ... e não tem problema de marca, essas coisas?

S5- Pirataria né?! Pois é, existem fansubers brasileiros que já lançaram mangás aqui no Brasil, que por exemplo já saíram na internet... como é que funciona? Se você olhar friamente é um mal de pirataria, assim como o mp3, por exemplo. Mas se não tivesse essa tendência que existe na internet, do pessoal baixar e ir atrás, os mangás não seriam vendidos aqui, prá você reconhecer... é difícil, é difícil você, nos dias de hoje comprar um mangá prá saber como é... sai muito caro, um mangá hoje tá custando dez reais. Por exemplo, com uma série de vinte e quatro mangás, você não vai comprar um prá ver se é bom. Aí acaba correndo atrás, prá ver se é bom ou não, se vale a pena. A internet entra aí... e até na questão de quais títulos vem para o Brasil a internet é muito importante, o pessoal, a editora vem saber qual os mangás que o pessoal tá correndo atrás na internet, eles se antecipam e lançam aqui.

E- Ahn... é como se fosse um termômetro, “aí o pessoal tá lendo o quê mais aí?”

S5- É exatamente, até o pessoal de música está fazendo isso agora. O pessoal que lança música aí, eles tão vendo o que o pessoal tá procurando mais, prá saber se traz prá cá pro Brasil ou não. Acaba sendo, apesar de pirataria, acaba sendo um termômetro como você comentou.

E- Mas então assim... eles agem sem limite, eles vão pegando o material e vão traduzindo, né?

S5- Por conta própria.

E- Ninguém nunca foi processado?

S5- ... bom, o mp3 existe aquela briga toda né?! Mas o anime... eu lembro até que surgiu uma proposta de tentar proibir, aí fica difícil proibir né?! Por que a internet não dá prá controlar... eu acho até que não levaram por que sem a internet hoje, não existiriam anime e mangá aqui no Brasil.

E- Então você acha um meio democrático?

S5- Sim, proveitoso para os dois lados... acaba sendo proveitoso para os dois lados... acontece que quem prá quem acompanha, prá quem baixa, compra das empresas que produzem e licenciam o mangá aqui...

E- ... eu não entendi como que eles ganham isto... é... eles vão ter trabalho, vão traduzir o anime, mas qual o retorno financeiro que eles tem?

S5- Não há retorno financeiro. É... por exemplo o pessoal que legenda, o pessoal lá do Japão acaba gravando os animes no “PC” ou pede prá guardar eu não sei, e eles colocam na internet sem legenda nenhuma. O pessoal do Brasil, por exemplo, vai lá e geralmente, o pessoal dos Estados Unidos pega dos japoneses e os brasileiros pegam dos Estados Unidos. E tem caso também de brasileiros que pegam direto do Japão. Eles pegam por vontade própria, o grupo traduz e eles disponibilizam na internet.

E- Coisa de colecionador mesmo então...

S5- É, de fã prá fã. Não há.

E- É gera, gera uma satisfação no outro então...

S5- ... é esse grupo disponibiliza na internet, mas existe aqueles grupos que comercializam também. Comercializam de TV, comercializam de VHS também e tudo mais. Aí há um retorno financeiro...que eles dizem que é só prá cobrir os gastos que eles tem.

E- Pessoalmente você acredita?

S5- ... alguns dados sim, você pode ver vendendo CD a dois reais anime, entendeu?! A gente vê, o CD custou um real, tem CD por exemplo, por um e cinquenta e, tem o anime vendendo em feira, então tem o preço prá armar a venda ali, então existe prá pagar a barraquinha, a luz do evento, o aluguel, então acaba acreditando que alguns, alguns fazem por prazer próprio mesmo, isso é só prá cobrir o que eles gastam mesmo. Mas tem aqueles que querem ganhar também, não tem como.

E- Pode me citar o nome de um desses grupos? Se não for problema.

S5- Não, esses grupos da internet Animerokiu que traduz, o Animetube, existe vários, vários.

E- Pensei cá comigo que fosse alguma coisa obscura.

S5- Não... que isso, tá no *Google* lá. Lá é que te leva ao *site* desse pessoal, não tem nada obscuro não...

E- ... tem vem abertamente...

S5- ... qualquer um vai lá e pega.

E- É, no teu caso você acha que existe uma relação anime e mangá e você fazer o cosplay.

S5- Sim. No meu caso por exemplo, o cosplay surgiu na minha vida por causa do anime e mangá e os personagens que eu uso são de anime e mangá.

E- Então é uma causa e efeito bem direto não é?!

S5- É bem direto.

E- É... a gente vai passar pro último cosplay que tu fez... já falou o nome dele? Acho que... qual é?

S5- Já, já, é Seichiro Sakurazuka o nome dele.

E- Hmm, certo e qual a história dele?

S5- A história dele? Bom, ele participou de dois mangás do, da CLAMP que é uma produtora japonesa, um grupo de desenhistas também. E a história desse personagem é a seguinte. Ele faz, faz parte de um grupo japonês como se fosse a máfia que só comete assassinatos, só que ele encontra um rapaz que faz parte de um grupo contrário e que faz parte também de um grupo sobrenatural, todo mundo faz parte do sobrenatural, fazem magias e tudo o mais. Só que esse grupo seria prá fazer o bem e o do assassinato, vamos dizer assim, e o personagem que eu escolhi era do assassinato. E qual que é a história? Do anime, né?! Eles se aproximam, um personagem de um grupo e um do outro. Seriam a ponta de cada grupo. Eles se aproximam, só que o personagem da família do bem, entre aspas, o Subaru, não sabe que o Seichiro faz parte desse grupo assassino, e acaba

rolando uma amizade entre eles, que se choca, se parte, quando o Subaru que é o personagem que pratica o bem, vamos colocar assim, descobre que o outro é um assassino. E pela história do personagem, esse do grupo assassino acaba matando a irmã desse Subaru e o Subaru começa uma perseguição atrás desse Seichiro, vamos colocar assim. A história resumida é essa.

E- Por que tu escolheu ele?

S5- Eu gosto muito da história dos dois, por que apesar dele... é um fascínio que eu tenho pela história dos dois mesmo. Acho muito interessante, acho muito bem trabalhada. É até questão dele ser líder, mesmo de um grupo nunca vi, nunca tive impedimento de fazer cosplay dele não. Até por que um cosplay não quer dizer nada entre aspas para os mais céticos, vamos colocar assim, mas... é um fascínio que eu tenho pelo personagem dele, não há nenhuma causa assim. Não sei precisar qual a causa... é um fascínio muito grande que eu tenho por ele, e decidir fazer cosplay dele.

E- Por que, por que é que você frizou umas duas ou três vezes, do bem, grupo do bem? Por que?

S5- Por que é relativo.

E- Ahn?

S5- Por que o bem e o mal acaba sendo relativo, né?! Não... sei lá por que... é até infantil falar, “eu sou do bem e você é do mal”, entende?! A gente sabe que não é assim no dia-a-dia...

E- ... e no mangá também não é assim...

S5- ... e no mangá também não é assim. Inclusive essa uma diferença entre o mangá japonês e os desenhos americanos. Há uma diferença, há uma divisão entre o bem e vamos dizer o mal. No anime é muito difícil você encontrar... nos mais antigos você encontra uma divisão entre o bem e o mal. Por que o anime trata mais do humanismo entre as pessoas. O personagem é um ser humano, então tem todas as dúvidas que pratica o bem achando que é o mal, que pratica o mal achando que é o bem, entendeu? Cabe a você então julgar.

E- Aí você, você disse que ele participou de duas histórias, de dois mangás, aí você contou resumidamente uma história, a outra história...

S5- Na verdade o primeiro mangá, o “Tokyo-Babylon” conta a história deles se aproximando e tudo mais, havia uma promessa que ele haviam feito na infância, que um lembre que o outro era o outro e acaba em “Tokyo-Babylon”, quando choca, quando eles se chocam, o Seichiro, o meu personagem, assassina a irmã do Subaru, que é a

personagem do bem e Subaru descobre que ele faz parte do clã assassino. A estória acaba aí e o Subaru prometendo que vai atrás dele... acredito que o mangá acabaria aqui pela CLAMP, e tudo mais, só que fez tanto sucesso que a CLAMP acabou no, no anime posterior confrontando esses dois personagens e dando um final para eles, um reencontro, a batalha final vamos colocar assim, entre eles.

E- Vou me antecipar... quem é que ganha essa batalha?

S5- Quem é que ganha é também uma coisa relativa, por que o meu personagem Seichiro acaba sendo morto, mas bom, vamos pro sobrenatural aqui, quando ele assassinou, quando o Seichiro assassinou a irmã do Subaru, a irmã dele lançou um feitiço sobre ele, se ele matasse mais alguém da mesma forma que ele matou ela, o feitiço iria voltar contra ele. Daí ele tava ciente, e ele usou essa mesma magia contra Subaru, então ele sabia que iria morrer. Uma análise minha assim, o personagem até queria a própria morte. Então quem ganhou e quem perdeu é uma coisa relativo, meu personagem acabou morto por isso que eu falo, agora se você ganhou...

E- ... interessante...

S5- É bem interessante, a estória de um anime, de um americano como a gente tá acostumado a ver.

E- ... parece que te força a refletir...

S5- ... isso mesmo, porque no americano é tudo explícito...

E- ... é definido no americano...

S5- ... é... na japonesa é...

E- ... bom eu vou... vou ser redundante mais uma vez, a identificação que você teve com ele, aí você disse “não sei explicar”, mas de uma maneira mais superficial, não precisa ser tão profundo.

S5- Eu gosto do jeito de ser dele, um jeito sério, do jeito que ele trata as coisas, tanto antes, de se mostrar, de se revelar, sendo do clã assassino ou depois. Tem uma coisa, assim pequena, ele é notado entendeu?! Ele chama a atenção. Eu não sei dizer, a razão por que eu quis fazer cosplay dele. Mas tem aquelas pessoas, aqueles personagens que você olha e de cara você diz “esse personagem é o personagem”. Por que eu gostei dele, do jeito dele ser... eu não sei precisar o motivo, o jeito dele ser, o modo dele agir me cativou, me chamou a atenção.

E- É... você achou difícil de fazer esse cosplay da maneira em termos de apetrechos e em termos de atuação? Foi difícil prá você fazer? Ou foi fácil?

S5- Apetrecho em si, não foi tão difícil, a roupa dele é mais comum. É um terno, um tênis fechado e um sobretudo por cima. O sobretudo eu já tinha, entendeu?! Que seria o mais difícil aí. O terno é uma roupa comum. Em termo de apetrecho não foi difícil não. Eu só tive que fazer os cartões. Eu fiz mesmo, e cortar as pétalas de rosa que foi o que eu fiz. A sakura, um monte de rosas, é a sakura uma flor japonesa... o único trabalho que eu tive mesmo prá fazer os apetrechos foi esse mesmo de cortar. Só isso. O mais difícil foi trabalhar o psicológico do personagem, vamos colocar assim. Essa questão de querer fazer o personagem acaba virando meio que um teatro, então prá mim se eu vou fazer o personagem, eu tenho que fazer ele todo. Acho que até por isso eu pô vejo dessa forma... por que o mais difícil mesmo é trabalhar o psicológico prá montar o personagem. Montar mesmo... mas não foi uma coisa impossível... foi assim, o mais trabalhoso foi isso.

E- Ficou nervoso na hora?

S5- Fiquei. Bastante.

E Não deu prá perceber que tava nervoso.

S5- Mas fiquei, tanto na hora de fazer como na hora de apresentar.

E- É... prá terminar, se eu falo “futebol” a gente lembra de Pelé, Zico e Maracanã, seu eu falo a palavra cosplay, quais as cinco palavras que vem a tua mente? “Cosplay”.

S5- Bem, vamos lá... anime, vem à cabeça, satisfação, atenção, até por que as pessoas, quando a gente faz um cosplay todo mundo olha, vontade de fazer, por que uma coisa é querer fazer, vontade de fazer e dinheiro, por que a gente gasta dinheiro... é o que me vem a cabeça aí...

E- Teria alguma coisa a considerar no final da entrevista?

S5- Não, só que acho muito interessante o que você está fazendo... e eu quero ver o resultado final.

ANEXO IV

Quadro 14- Outros Cosplays Realizados Pelos Informantes

Sujeito	Outros Cosplays
1	Tempestade (X-Men) e Neko Girl (aleatório)
2	Rin Tohsaka (Fate Stay/Night) e Dotta-Chan (Bakuretsu Hunters)
3	Boushi (Digicharat)
4	-
5	-
6	Jatobá (<i>cross-over</i>)
7	-
8	Jesse Rocket (Pokémon)
9	-
10	-
11	-
12	Misao (Rouroni Kenshin) e Morte (Sandman)

Quadro 15- Participação em Eventos

Sujeito	Participação em Evento
1	Espírito Anime I e II (ES), Animerock (ES), Animefriends (SP), Animedreams (SP) e “Ressaca” (ES)
2	Animecon (2 vezes) (SP), Anime Festival (MG), Espírito Anime I (ES) e Animerock (ES)
3	Espírito Anime II (ES), Animerock (ES) e CEFETES Anime Fest (ES)
4	Espírito Anime II (ES) e Animerock (ES)
5	Espírito Anime I (ES), Animefriends (SP), “Ressaca” (ES) e Animerock
6	Espírito Anime I e II (ES), Animedreams (3 vezes) (SP) e Animerock (ES)
7	Animerock (ES) e Animedreams (SP)
8	Evento no Rio de Janeiro, Animerock (ES), Espírito Anime I (ES), CEFETES Anime Fest (ES) e “Ressaca” (ES)
9	Animerock (ES) e CEFETES Anime Fest (ES)
10	Animerock (ES)
11	Animerock (ES), CEFETES Anime Fest (ES) e Anime ES (ES)
12	Espírito Anime I e II (ES), Animerock (ES), Animes ES (ES) e “Ressaca” (ES)

Quadro 16- Nível de Dificuldade de Montagem do Cosplay

Sujeito	Grau de Dificuldade	Motivo
1	Normal	Insistência, Pesquisa de Material e Economia
2	Difícil	Detalhista
3	Fácil	Alto Custo e Trabalhoso
4	Difícil	Alto Custo, Trabalhoso, Detalhista e Perfeccionista
5	Fácil	Roupa Comum e Obtenção de Ajuda
6	Fácil	Criação de uma Identidade Própria
7	Fácil	Boa Quantidade de Material
8	Difícil	Trabalhoso
9	Fácil	Ajuda de Familiar
10	Fácil	Boa Quantidade de Material, Ajuda de Familiar e Ansiedade
11	Difícil	Alto Custo, Trabalhoso e Falta de Material
12	Fácil	Boa Quantidade de Material e Baixo Custo

Quadro 17- Eventos de Cosplay mais Importantes

Sujeito	Evento	Motivo
1	Animedreams (SP) e Animerock (ES)	Organização e Jogos
2	Animecon (SP)	Organização e Quantidade de Pessoas
3	Animerock (ES)	Concurso de Cosplay, Concurso de Desenho e Organização
4	Espírito Anime II (ES) e Animerock (ES)	Amigos e Concurso Cosplay
5	Espírito Anime I (ES) e Animefriends (SP)	Evento Pioneiro e Maior evento
6	Animerock (ES)	Amigos
7	Animefriends (SP)	Maior Evento e Quantidade de pessoas
8	Espírito Anime I (ES)	Evento Pioneiro
9	CEFETES Anime Fest (ES)	Pelo Personagem
10	Animerock (ES)	Quantidade de Pessoas
11	Espírito Anime II (ES) e Anime ES (ES)	Organização, Comércio, Cosplays e Data do Evento
12	Espírito Anime I (ES)	Evento Pioneiro

ANEXO V

Estórias dos Personagens e Autores

1- **Clover:** É um mangá do grupo *CLAMP*, formado somente por mangakás do sexo feminino (Ohkawa Ageha, Apapa Mokona, Igarashi Satsuki e Nekoï Tsubaki). As autoras possuem um número elevado de obras publicadas no Japão, sendo Clover um dos poucos que passou quase despercebido entre os outros. Conta a estória de uma mulher não-humana, Suu, que possui o imenso poder de destruir o mundo e por isso vive isolada da maior parte das pessoas. Oruha é sua melhor amiga, e, uma personagem feminina de referência por sua maturidade. Foi publicado pela Kodansha entre 1997 e 1999 em apenas quatro volumes. O Madhouse Studios foi responsável pelo único OVA. Tanto mangá quanto anime não foram estreados no Brasil, sendo o acesso somente pela internet;

2- **Tsubasa RESERVoir CHRoNiCLE/xxxHolic:** Os mundos destes mangás se misturam com o de todos os outros mangás do *CLAMP*. A personagem central é Yuuko, uma feiticeira dimensional. No primeiro mangá (Tsubasa), a princesa Sakura (personagem de Card Captors Sakura) sofre de amnésia por causa de um feitiço. Yuuko guia os demais personagens em uma aventura pela salvação da jovem. No segundo (xxxHolic), Yuuko ensina a um jovem, Kimihiro Watanuki, a se livrar de fantasmas que o perseguem. No decorrer da estória, o estudante passa a aprender mais sobre si mesmo. A editora Kodansha é responsável pela publicação desses mangás de mistério e magia desde 2003. Bee Train e Production I.G são responsáveis pela animação televisiva e de cinema. Os mangás estão sendo publicados atualmente no Brasil pela editora JBC;

3- **Banda Dir en Grey:** É uma banda de rock que está ativa no cenário internacional desde 1997. Seu líder é o vocalista Kyo, que também é responsável pela maior parte das letras das canções do grupo. O *DEG*, como é chamado por alguns fãs, possui contrato com a divisão musical da Sony Records. Esta banda nunca fez alguma apresentação no Brasil;

4- **Samurai X:** De Watsuki Nobuhiro, é um *shonen mangá* publicado pela Shueisha (1994-1999), que conta a estória de Kenshin Rouronin, espadachim que fez parte realmente da história japonesa no século XIX, ao tentar livrar o país do domínio do

Bakufu (poder shogunal). Alternando momentos dramáticos e cômicos, a estória foi reproduzida pelo canal FUJI TV e no cinema pelo Studio Deen. A editora JBC publicou a série de mangás completa, enquanto a Rede Globo e Cartoon Network reproduziram o anime no Brasil;

5- **X-1999:** Também do *CLAMP*, começou a ser publicado pela Kadokawa em 1992 e foi interrompido em 2003 por questões polêmicas envolvendo o tema do roteiro: esoterismo e o “juízo final”. Shirou Kamui é um jovem estudante que possui o poder de salvar ou destruir o planeta Terra, cabe somente a ele decidir. No entanto, dois grupos de oponentes lutam para que suas decisão sejam tomadas em breve. O anime foi desenvolvido pelo Madhouse Studio para o canal WOWOW e cinema. No Brasil, a editora JBC continua a publicação do mangá;

6- **Get Bakers:** Um mangá publicado pela Kodansha (1997-2007) tendo como responsáveis a desenhista Aoki Yuuya e o roteirista Ayamine Rando. Uma estória sobre caçadores de objetos valiosos em uma outra dimensão. Kuroudo é um dos caçadores e tido como um antagonista frio e calculista, que deixa uma marca no corpo das pessoas a quem assassina. O Studio Deen ficou responsável pela produção de cinema e televisão. O mangá não foi estreado no Brasil, tendo acesso somente pela internet. O anime é exibido pela TV por cabo;

7- **Inu-Yasha:** Obra de grande sucesso atual no Japão, desenhada por Takahashi Rumiko, a desenhista mais famosa e que é considerada uma das três grandes mangakás depois de Tetsuka Ozamu. É uma estória de terror com enxertos de comédia e romance. Mirok é um monge que possui como poder, sugar qualquer objeto através de um buraco em sua mão. Além disso, possui uma forte atração por mulheres, o que lhe ocasiona problemas a mais. Publicado desde 1996 pela Shogakukan (tem o final previsto para o fim do ano de 2008) e exibido na Nippon TV e Yumiuri TV, além do canal à cabo Animax. A editora JBC publica atualmente a série de mangás completa, enquanto a Rede Globo e Cartoon Network reproduziram o anime no Brasil;

8- **Card Captors Sakura:** É um mangá no estilo *mahou shoujo*, isto é, “garotas mágicas” e foi produzido pelo *CLAMP* sendo publicada pela Kodansha entre os anos 1996 e 2000. Conta a estória de uma garota de 12 anos que ganha poderes ao capturar

cartas que foram soltas de um livro mágico. Para esta tarefa, conta com a ajuda de seus amigos, principalmente Li Syoran, que é um “card captors” como ela e que nutre um sentimento de paixão que será explorado posteriormente em *Tsubasa RESERVoir CHRoNiCLE*. Foi exibido pela NHK, televisão estatal, e produzido para cinema pelo Madhouse Studio. A editora JBC publicou a série de mangás completa, enquanto a Rede Globo, Cartoon Network e Boomerang reproduziram o anime no Brasil;

09- **Trigun:** Nightow Yasuhiro, a partir de 1995 (até 2007) passou a desenhar as aventuras de Vash, um cowboy que vive em um distante planeta parecido com o *faroeste* norte-americano. Por onde passa, ocorrem desastres e todo o tipo de calamidades, sendo o protagonista o provável culpado. A estória é cômica, pois Vash é um pacifista embora tenha uma mira certa. Publicada pela editora Tokuma Shoten (de pequeno porte), conseguiu obter um razoável sucesso entre as outras estórias do gênero de comédia. Sua produção para a televisão e cinema ficou por conta de Madhouse Studio. Foi exibido pela TV Tokyo no Japão. O Cartoon Network reproduz a série de anime no Brasil, sendo a publicação do mangá de responsabilidade da editora Panini;

10- **Bleach:** Kubo Tite, nascido em 1977, havia desenvolvido estórias de terror no período da adolescência. Até que influenciado por *Yu Yu Hakushô*, um dos mangás de maior sucesso e lucro até os dias de hoje, passou a desenhar um roteiro sobre os *shinigamis* (“deuses da morte” na cultura japonesa). A estória de Bleach conta como um jovem, Ichigo Kurosaki, envolve-se nas guerras do mundo espiritual (“Soul Society”) sendo ajudado por seus amigos: Kuchiki Rukia (ela mesma uma *shinigame*), Uryuu Ishida, Kon, Yasutora Sadô, Orihime Inoue, Shihouin Yoruichi (ex-*shinigami*) e Urahara Keisuke (ex-*shinigami* e mentor de Ichigo Kurosaki). Bleach é um *mangá shonen* publicado pela Shueisha (desde 2004), uma das três maiores editoras japonesas, na revista *Shonen jump*. Produzido pelo Studio Pierrot, especializado em animes e desenhos de longa-metragem, para a TV Tokyo. O mangá foi lançado em 2007 pela editora Panini, enquanto o anime não foi estreado no Brasil, sendo o acesso somente pela internet;

11- **Naruto:** Kishimoto Masashi é o autor de Naruto, um *shonen manga* de grande êxito publicado pela editora Shueisha desde 1999. Conta a estória do personagem homônimo ao título, um jovem ninja que durante seu duro treinamento deve se aprimorar e

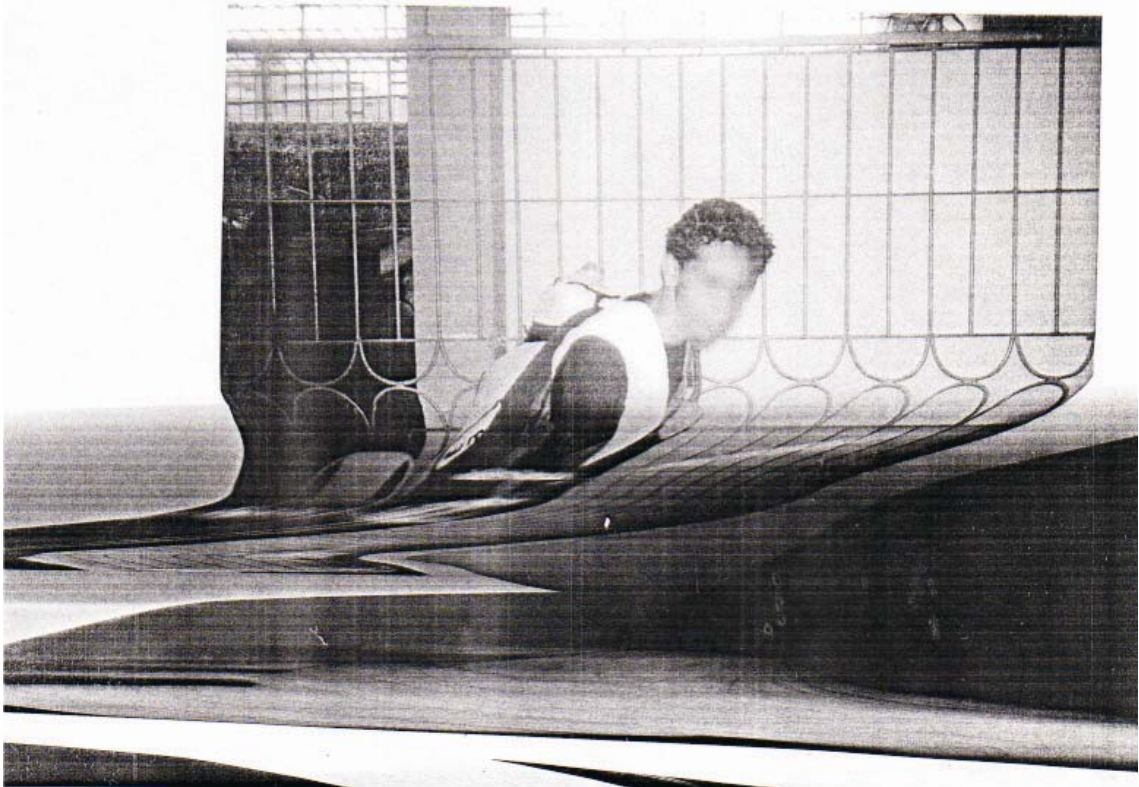
enfrentar poderosos vilões. Tahuya é uma mal-feitora do grupo de Orochimaru, o antagonista. Seu poder consiste em utilizar uma flauta cuja música paralisa os adversários. Foi derrotada pelos amigos de Naruto. A produção para a TV Tokyo e cinema Animax (TV à cabo) fica por conta do Studio Pierrot. No Brasil, o SBT e o Cartoon Network reproduzem a série de anime, e o mangá é publicado pela editora Panini;

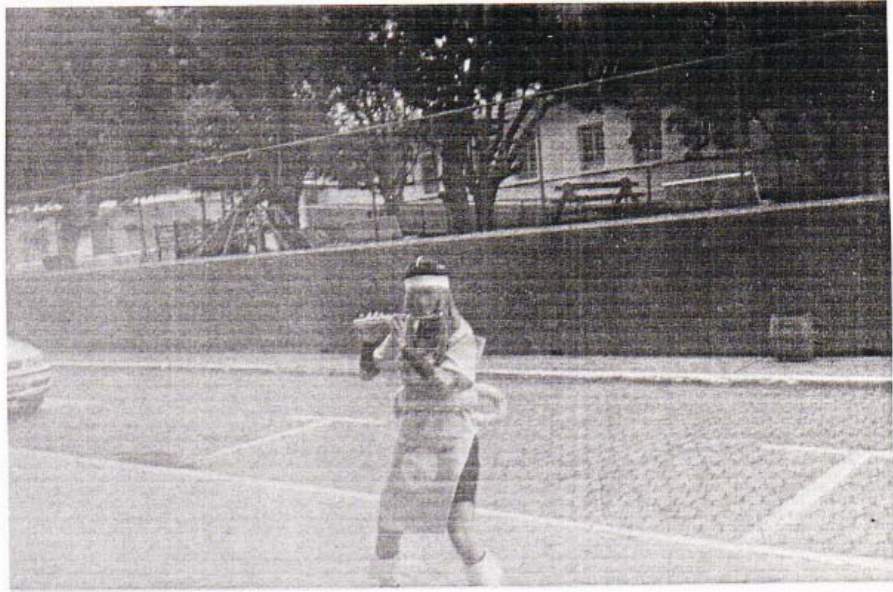
12- **Naruto:** No mundo de Naruto, há agentes da ANBU, em japonês: “**Ansatsu Senjutsu Tokushu Butai**”, traduzido significa *Esquadrão Especial de Tática e Assassinatos*. São ninjas de alta periculosidade e que por isso sua identidade é desconhecida. No Brasil, o SBT e o Cartoon Network reproduzem a série de anime, e o mangá é publicado pela editora Panini.

ANEXO VI
Fotos dos *Cosplayers*









ANEXO VII

Fotocópias das páginas do Animefriends/Animedreams, folderes e ingressos; Estatuto da Liga Cosplay; Regras do WCS 2007



13, 14, 15 e 16 de JULHO
das 10h às 20h

UniSant'Anna
R. VOLUNTÁRIOS DA PÁTRIA, 421 - BLOCO I
PRÓXIMO AO JARDIM IZABEL - SÃO PAULO - SP

ingressos :: caravanas :: mapa :: divulgue :: estandes :: salas :: staffs :: imprensa :: contato

YAMATO

:: Empresa
:: Calendário de eventos

EVENTO

:: Atrações
:: Promoções
:: Fotos do Evento
:: Organização
:: Regras gerais
:: Mascotes
:: Downloads
:: Fãzineiro Virtual

PROGRAMAÇÃO

:: Horários

MINI EVENTOS

:: AnimEstúdio
:: AnimeKé Show
:: Circuito Cosplay
:: Fanzine EXPO
:: OVA da Dublagem
:: Press Start
:: Super Friends Spinto
:: SFS - Haseaki Endo
:: SFS - Kōkōshi Hiroshi

NOTÍCIAS!

Fique por dentro das últimas atualizações.

07 de Julho

YU-GI-OH: Lançamento exclusivo no Anime Friends: Mangá de Yu-Gi-Oh pela JBC!!

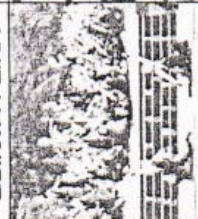
COMEÇOU A CONTAGEM
REGRESSIVA PARA O MAIOR
EVENTO DE ENTRETENIMENTO
MULTIMÊDICO DO BRASIL!!

ANIME
FRIENDS

FALTAM
APENAS

4
DIAS

DESTAQUE QUINTA-FEIRA



18:30 - Centro Cultural João

DESTAQUE SEXTA-FEIRA



18:00 - The Oriental Music Show

DESTAQUE SABADO



17:30 - Oscar do Dublé-jam

DESTAQUE DOMINGO



16:30 - II AnimeKé Show



18:30 - Haseaki Endo



18:30 - Show Pro: Suzuka Yamai



18:30 - Toki no Ma: Harumi e Endo



18:30 - 2º J. de Fichas Spinto

:: SFS: Matsuzawa Yumi

ATIVIDADES

- :: 3ª Mostra Visões Heróicas
- :: AnimeKé livre
- :: Anime Quiz
- :: Area Cosplay
- :: Arco e Flecha
- :: Cards Games
- :: Centro Cultural Japão
- :: Dublagem
- :: Estandes
- :: Exposições
- :: Games: Playstation 2
- :: Games: Game Cube
- :: Mascacração
- :: Miguao Nanga
- :: Palestras
- :: Pengya
- :: Rodio Apimix
- :: Sala de Exibição/Temática
- :: Shows de Bandas
- :: Shows Internacionais
- :: Teatro Cosplay
- :: The Oriental Magic Show
- :: Toku Festival
- :: Yaboi Friends

ÁREAS TEMÁTICAS

- :: Chaves #111
- :: Danças
- :: Harry Potter
- :: HQ #111
- :: HQ #111
- :: Medieval #111
- :: Sci-Fi #111
- :: Tabuleiros
- :: Tokusatsu
- :: Yaboi

CONCURSOS

- :: AnimeKé
- :: Circuito Cosplay
- :: Cosplay
- :: Ilustração
- :: Roteiro

CARAVANAS DE 130 CONFIRMADAS	SALAS DE EXIBIÇÃO DE 120 SALAS	CENTRO CULTURAL JAPÃO 8 GRUPOS	SHOWS DE BANDAS 12 BANDAS
PRESS START DE 140 CAMPIONATOS	ESTANDES DE 160 EMPRESAS	SUPER FRIENDS SPIRITS 3 ARTISTAS	FANZINE EXPO DE 100 FANZINES
TEATRO COSPLAY DE 30 GRUPOS	OSCAR DA DUBLAGEM DE 14 CATEGORIAS	ATIVIDADES DE 30 ATRAÇÕES	VISÕES HERÓICAS DE 10 OBRAS
YU-GI-OH NO BRASIL Fenômeno dos mangás chega ao país com histórias inéditas		CARAVANAS O prazo para a entrega dos documentos para as caravanas foi estendido até o dia 10! Aproveite!	

CAMPEONATOS

- :: PS: Final Fantasy Tactics
- :: PS2: Naruto 3
- :: PS2: Sairin Senya
- :: PS2: Soul Calibur III
- :: PS2: DBZ Budokai 3
- :: PS2: Need for Speed Most Wanted
- :: PS2: Guilty Gear
- :: PS2: Winning Eleven 10
- :: Game Cube: Naruto: Gekitou Ninja Taisen! 4 4in1
- :: Game Cube: Super Smash Bros Melee
- :: Gameboy: Pokémon

UTILIDADE PÚBLICA

- :: Ingressos
- :: Postos de Venda
- :: Caravanas
- :: Caravanas Confirmadas
- :: Lista de Hotéis
- :: Mapa
- :: Imprensa
- :: Divulgue
- :: Estandes
- :: Salas
- :: Staffs
- :: Contato



PALESTRAS

Venha aprender com as Palestras no Anime Friends!
Contra quais são e os horários!



PROJETO SOCIAL

O Cosplay Brasil não auxilia apenas Cosplayers!
Participe da ação social que será promovida!



INGRESSOS ONLINE

ATENÇÃO!!! Se você comprou seu ingresso online e não recebeu confirmação, clique aqui!



MUITA MÚSICA!

12 bandas irão levantar o público no Anime Friends!
Veja aqui quais são elas!



MASAKI

Centur do Cybuster, Albaranger e Street Fighter II V'



KITADANI

Centur do Cine P.oco Ryukendo e Magstranger!



MATSUZAWA

Centur do Sant Suiya Heroes, Nadasoc e Bicky

Resolução do Conselho de Administração

YAMATO

7/2

ZAN SHIN

ESTROCOLINA

AMPS

UF

Des. Sant Romão

OHAYO!

Empreza sob o patrocínio das seguintes Escolas: (nome das escolas não legível)



www.apimefriends.com.br
contato@apimefriends.com.br - (11) 3275-0780



Local:
Unic
Sant'Anna



R. Voluntários da Pátria, 421 - Bloco 1
Santana - Próximo ao Metrô Tietê
São Paulo / SP

14, 15, 16 e 17 de julho
das 10:00 às 21:00hrs

Postos de venda oficiais

Árcad - Escola de mangá (São Paulo)
Rua da Ullina, 779 - cj. 55 - metrô Liberdade
Fone: (11) 3267-7624

Nousica - Escola de mangá (S. Bernardo do Campo)
Rua Vitorino, 11 - Fudge Kianus
Fone: (11) 4368-9123

Unit Zero (São Paulo)
Rua Domingos de Almeida, 1877 - metrô Vila Mariana
Fone: (11) 3930-0213

Animanga (São Paulo)
Rua Lourenço, 857 - metrô Santo Cruz
Fone: (11) 5083-3180

Fanomag (São Paulo)
Rua da Glória, 247 - metrô Liberdade
Fone: (11) 3104-3329

Point HQ (Rio de Janeiro)
Rua Visconde de Pirajá, 207/316 - Lapa
Fone: (21) 2521-9803 / 2513-2631

..... Acesse o nosso site para ver a lista completa.

Reserve
já o seu
ingresso!

Antecipado 1 dia
RS12,00

Antecipado 4 dias
RS40,00

AKIRA KUSUDA
TAKAYUKI MIYACHI
HIRONOBU KAGETAMA
FANZIME
SPIRIT
MEGA SHOW AO VIVO COM ARTISTAS INTERNACIONAIS
OSCAR ORLACEM


Anime Friends 2005
www.animefriends.com.br
contato@animefriends.com.br - (11) 3275-4788
Data: 14, 15, 16 e 17 de julho
 das 10:00 às 20:00hrs

Local:

Sant'Anna
 R. Voluntários da Pátria, 421 - Bloco I
 Santana - Próximo ao Metrô Tietê

todos os dias **R\$ 40,00***
 dias **14 15 16 17**

*vale para
 **

08792

*vale a companhia de ingressos para estudantes, segundo a Lei Nº 7.344 de 13 de Maio de 1992 e com gratificação para não estudantes.
 Yamato Comunicações e Eventos Ltda. / R. da Glória, 279 - cj. 54 / CEP: 2937.008-6 / CNPJ: 03.960.38/0001-49

Ingressos Anime
Friends



Olá,
Você está recebendo os seguintes itens:

- ingresso(s) para o dia 14 (quinta-feira)
- ingresso(s) para o dia 15 (sexta-feira)
- ingresso(s) para o dia 16 (sábado)
- ingresso(s) para o dia 17 (domingo)
- ingresso(s) para os 4 dias

Pedimos para que você confira os itens listados acima e nos envie a confirmação do recebimento desta correspondência pelo email ingresso@animefriends.com.br.

Nos encontramos no Anime Friends.
Até lá.

Atenciosamente.

Equipe Anime Friends

The logo consists of the letters 'CAVV' in a bold, stylized, sans-serif font. The letters are filled with a horizontal hatching pattern. The 'C' is a simple block letter, while the 'A' has a small horizontal bar across its middle. The 'V' is also a simple block letter.

Clube de animés de Vila Velha

www.geocites.com/cavves

*CAMISETAS ESTAMPADAS *CARTÕES DE VISITA *POSTAIS *PÔSTERES *FOLHETINS
*IMPRESSÕES EM GERAL *DIAGRAMAÇÃO E LAYOUT *BANNER



FX ARTE DIGITAL

Jogos Mouse PAD Personalizado

inga, adesivo, postal, impressos