

Departamento de Sociologia

**Subculturas Juvenis e Novos Media: A participação dos jovens  
nas comunidades de cosplay em Portugal**

Miguel Afonso Fernandes Bouzada e Pinto

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de

Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva

Professora Auxiliar

ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2013

Departamento de Sociologia

**Subculturas Juvenis e Novos Media: A participação dos jovens  
nas comunidades de cosplay em Portugal**

Miguel Afonso Fernandes Bouzada e Pinto

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de

Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora  
Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva  
Professora Auxiliar  
ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2013

## **Resumo**

É nosso objectivo, na investigação que dá corpo a esta dissertação, explorarmos as comunidades de cosplay em Portugal, assim como o seu significado e contributo para a vida dos jovens portugueses. A análise deste estudo centra-se no desenvolvimento de sociabilidades na subcultura cosplay tendo como áreas de análise a cultura participativa em ambas as dimensões, online e offline; a criação de identidades subculturais que se encontram ancoradas em dinâmicas de consumos colectivos e singulares comuns aos participantes da comunidade cosplay com particular foco na cultura popular japonesa; e a aprendizagem de novas competências que surgem do envolvimento em comunidade, tais como sociais, artísticas e profissionais atribuindo aos participantes um carácter empreendedor, autodidata, e hipersocial capazes de sustentar e gerir por si próprios o desenvolvimento da subcultura cosplay.

**Palavras-chave:** cosplay, subcultura, novas competências, cultura participativa, consumos, identidades, sociabilidades, online, offline.

## **Abstract**

It is our objective, in the research that embodies our investigation to explore the cosplay communities in Portugal and its significance and contribution to the lives of Portuguese young people. The analysis of this study focuses on the development of sociabilities in the cosplay subculture as having areas of analysis such as participatory culture in both dimensions, online and offline; the creation of subcultural identities that are rooted in the dynamics of collective and singular forms of consumption common to cosplay community participants with particular focus on Japanese popular culture; and learning new skills that come from being involved in the community, such as social, artistic and professional, assigning participants with an entrepreneur character, self-taught, and hypersocial able to sustain and manage by themselves the development of cosplay subculture.

**Keywords:** cosplay, subculture, new skills, participatory culture, consumption, identities, sociabilities, online, offline.

## Índice

Resumo.....	ii
Abstract .....	ii
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>3</b>
1.1 JUVENTUDE: UM CONCEITO EM MUTAÇÃO.....	3
1.2 IDENTIDADE E CONSUMO NO QUOTIDIANO JUVENIL.....	4
1.3 REVISITANDO O CONCEITO DE SUBCULTURA .....	6
1.4 AS SUBCULTURAS JUVENIS NA ERA DA INTERNET .....	8
1.5 A CULTURA DO SOL NASCENTE: MANGA E ANIMAÇÃO JAPONESA .....	10
1.6 A GALÁXIA COSPLAY: A FICÇÃO COMO EXTENSÃO DA IDENTIDADE .....	12
<b>CAPÍTULO II – METODOLOGIA E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>15</b>
2.1 METODOLOGIA .....	15
2.2 COSPLAY ONLINE: NOVOS MEDIA, SOCIABILIDADES E PRÁTICAS GUIADAS POR INTERESSE.....	16
2.3 DO-IT-YOURSELF: APRENDIZAGENS, CONSUMOS E IDENTIDADES.....	24
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	37
4. <b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>i</b>
A. O OUTSIDER: REFLEXÕES METODOLÓGICAS SOBRE O ESTUDO DAS COMUNIDADES COSPLAY.....	ii
B. GUIÃO DE ENTREVISTA.....	iv

## INTRODUÇÃO

Considerando a potencialidade que o campo de estudos das subculturas juvenis representa na análise do actual contexto sociocultural contemporâneo é, nosso objectivo, na presente dissertação de mestrado, debruçarmo-nos na exploração deste tema tendo em vista determinar qual o contributo e significado das subculturas juvenis no seio da juventude portuguesa em pleno século XXI. Para focalizarmos concretamente o nosso objecto de estudo foi escolhida para análise a comunidade portuguesa de *Cosplay* em Portugal. Historicamente, o *cosplay* emerge no panorama mundial como símbolo de expressividade pertencente às narrativas da cultura popular, alimentado pelas séries de televisão e de animação que nascem nos ecrãs e nas bandas desenhadas num cenário pós segunda guerra, tanto nos Estados Unidos como no Japão. O *cosplay* irrompe assim em meados da década de 1970 nas convenções de fãs nos EUA e posteriormente em 1980 no Japão como manifestação criativa desse imaginário que engloba os heróis da animação popular dando, momentaneamente, materialidade corporal e vida a uma personagem através de elementos de dramaturgia e personificação de identidades inerentes ao mundo da ficção. O carácter artístico e de espectacularidade imagética que confere dimensão material a uma personagem são protagonizados pelos fãs do universo da animação tanto ocidental como oriental.

Traçado este breve contexto de introdução à prática, a importância de um estudo académico assente nestas linhas pretende explorar a dimensão sociológica do *cosplay*, orientando-se pela importância que a internet detém enquanto força motriz de desenvolvimento das sociabilidades na comunidade. Para tal, foram definidos diversos vectores de análise que visam delinear com maior precisão o nosso estudo: desde a *cultura participativa* em ambas as dimensões, online e offline; o desenvolvimento de *novas competências*, tanto sociais como artísticas e profissionais, adquiridas na comunidade; o *cosplay* como prática essencial na construção da *identidade* juvenil e *estilo de vida*; e os *consumos* como estruturantes tanto da prática como da identidade.

Definido nestes termos, a importância deste estudo pretende colmatar, em primeiro lugar, uma lacuna existente em estudos já realizados sobre *cosplay* que, embora fulcrais para a compreensão da temática, não abrangem com o rigor que procuramos, a hibridez que a prática possui entre o mundo online e o “real”. Em segundo lugar, consideramos relevante compreender como é que a integração em subculturas juvenis contribui para a inserção dos jovens em sociedade. As inquietações sociológicas subjacentes aos pontos

supracitados surgem da curiosidade em entender as múltiplas interpretações que a prática suscita no meio social, nomeadamente ao olhar do “outro” que constrói representações ideológicas ou pouco fiéis da realidade das subculturas, estigmatizando os praticantes e rotulando comportamentos que são contra a normatividade social. É precisamente perante este olhar judicativo em relação ao “estranho” e ao insólito que categoriza o jovem como alienado, deslocado da realidade e imerso numa cultura sem valor que pretendemos demonstrar que as subculturas juvenis, no nosso caso em concreto, o cosplay, não só possuem um potencial para o desenvolvimento de sociabilidades mas também de competências artísticas e profissionais para além de ser essencial para a expressão e construção identitária de quem o pratica.

A dissertação encontra-se estruturada em II capítulos. No capítulo I, dedicado exclusivamente à revisão bibliográfica, introduzimos na discussão seis pontos que consideramos essenciais para a análise e reflexão do objecto de estudo: no ponto um abordamos o conceito de juventude e as condições sociais que determinam a sua formação e mutabilidade; no ponto dois, introduzimos a questão do consumo enquanto formador no processo de desenvolvimento identitário juvenil e as formas pelo qual o jovem procura, pelo consumo, a criação de uma identidade simultaneamente, comunal e singular; no ponto três revisitamos alguns dos quadros teóricos mais influentes da história das subculturas juvenis, desde a Escola de Chicago, passando pela abordagem da Escola de Birmingham até ao enquadramento moderno, pós subcultural, que rejeita a linha de pensamento assente na tradição marxista e exalta a cultura de consumo e a fragmentação das identidades na pós-modernidade; no ponto quatro, introduzimos a questão dos novos media na vida dos jovens e de como estes reconfiguram as suas práticas e relações sociais e as adaptam a novos contextos criando novas culturas em rede; no ponto cinco contextualizamos a génese histórica e cultural global da animação e manga japonesas enquanto principal eixo de inspiração para a prática do cosplay; o ponto seis é dedicado à subcultura cosplay no quotidiano juvenil e de como a prática estrutura as identidades, estimula a acumulação de capital subcultural e se revela como fonte de novas criações artísticas ligadas a um *ethos* autodidata.

No capítulo II iniciamos a análise dos dados empíricos recolhidos das entrevistas e da observação etnográfica tendo em vista a descrição detalhada da prática. Na última parte, que conclui a dissertação, tecemos algumas considerações sobre os fundamentos teóricos usados no estudo para, em última análise, iniciarmos uma reflexão em torno dos resultados obtidos e da importância que o cosplay adquire na vivência diária juvenil.

## **CAPÍTULO I – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

### **1.1 JUVENTUDE: UM CONCEITO EM MUTAÇÃO**

Na contemporaneidade a juventude é encarada como sendo uma construção discursiva (Wulff, 1995; Simões, 2002), problematizada como uma noção que engloba múltiplos sentidos e revela um conjunto de “posições políticas, ideológicas e estéticas” (Bennett, 2007). Representa uma condição social que se processa entre o final da vida adolescente para o estado de emancipação e maturidade que assinala a passagem para a vida adulta (Conde, 1990; Cruz et al., 1984). Concebida numa etapa em que a escola assume destaque no seu desenvolvimento (Fornäs, 1995), a juventude situa-se entre um tempo de descoberta dos prazeres e de práticas de lazer e sociabilidade únicas a esta fase (Galland, 1991), sem as obrigações da vida adulta e o mal-estar associado à insegurança num futuro incerto (Neyrand, 2003) marcado actualmente, por situações de precariedade e dificuldade de acesso ao emprego (René, 1990). Ora, nesta fase a juventude é marcada pela instabilidade (Hodkinson, 2007), diversos “problemas sociais” (Pais, 1990) e pela fase conturbada de afirmação identitária e adaptação a contextos sociais voláteis (Bendit, 2011) que prolongam a passagem dos jovens para as responsabilidades da vida adulta (Galland, 1991; Wulff, 1995). Não obstante, este momento representa, para os jovens, uma oportunidade de fixar objectivos e traçar metas para o futuro (Galland, 2001). Considerada uma noção ambígua (Hodkinson, 2007), a juventude é caracterizada por ser uma categoria socialmente susceptível a manipulações (Pais, 1990: 140), dotada de interesses comuns (Pais, 1990; Resende e Vieira, 1992) de carácter transitório (Hodkinson, 2007; Ferreira, 2000; Cruz et al., 1984). Os seus interesses são atribuídos comumente a uma faixa etária o que evidencia a sua manipulação (Pais, 1990: 140) pois a noção de juventude é também ela definida como um “estado de espirito” (Neyrand, 2003), um estilo de vida (Miles, 2011) que não é necessariamente ditado pela idade (Bennett, 2007). Os seus limites não são determinados por factores biológicos nem critérios etários, mas sim por circunstâncias socioculturais distintas (Simões et al., 2005; Cruz et al., 1984).

Ser jovem é pertencer a um período de mudanças constantes onde predominam todo o tipo de influências no seu quotidiano, passando pela moda e pelos consumos mediáticos (jogos, TV, filmes) (Boethius, 1995), pois a juventude é considerada heterogénea e dinâmica construindo-se num fluxo permanente de estilos e significados

culturais (Feixa, 1999), entre eles, “musicais, estéticos, e verbais” que distinguem o que é pertencente à esfera dos jovens em relação com aquilo que é julgado como sendo “infantil” ou “adulto” e identificado como uma tendência cultural (Fornäs, 1995).

São os media os responsáveis por identificar e difundir as actuais tendências do universo juvenil, muitas vezes, sem que os jovens participem directamente nesse circuito de comunicação mediática: “a noção de juventude vende-se, adquire-se, consome-se e manipula-se” (Campos, 2010: 123). Dada a sua plasticidade conceptual, a juventude é, por conseguinte, reapropriada enquanto detentora de um “valor comercial e simbólico” que é constantemente alvo de transformações e adaptações que se enquadram segundo as “lógicas comerciais e tendências estéticas e ideológicas” vigentes na sociedade (Campos, 2010: 123).

## **1.2 IDENTIDADE E CONSUMO NO QUOTIDIANO JUVENIL**

A adolescência revela-se uma fase de particular importância no desenvolvimento e metamorfose identitária dos jovens (Campbell, 1995) que se podem dedicar à “experimentação de papéis” (Ferreira, 2000), e idealizar uma imagem e personalidade congruente com o estilo de vida que autodefinem (Bennett, 1999). Esta fase marca um período de autonomização relativamente aos seus pais e de identificação para com o grupo de amigos (Deutsch e Theodorou, 2009). Possuindo um poder de compra superior ao de gerações anteriores (Bennett, 2007), o consumo emerge para os jovens em pleno século XXI como um impulsor de escolhas que acompanham alterações estéticas e a forma de vestir, influenciando a sua identidade (Riley, 2008), afirmando valores e experiências, a formação de sociabilidades grupais, determinando um sentido existencial no desenrolar da sua vida no quotidiano (Henriques, 2004).

O consumo legitima e reforça o visual e a personalidade criando novas linguagens e significados (Miles, 2011; Santos, 2004), enquanto simultaneamente institui uma sensação de pertença e de união tribal que autentifica a cultura consumista como estilo de vida dominante (Miles, 2011), presenteando os indivíduos com uma panóplia de escolhas diárias, estando, no entanto, sujeitas ao controlo e a influências externas (Furlong e Cartmel, 2007). Nas sociedades pós modernas a relação entre identidade e consumo é intrínseca dado que o acto de consumir é tido como uma oportunidade para inaugurar um novo “ser” abrindo o caminho para a construção de uma nova identidade (Jenkins, 1996). Esta assimilação de bens de consumo é uma forma de compensar não só sentimentos de insegurança, mas também para a reafirmação de condições ligadas ao



*status* de um indivíduo feito “novo” pelo consumo (Campbell,1995), proporcionando um contexto e orientação social (Ransome, 2005). Todavia, se o consumo por um lado oferece elementos que estruturam a criação de uma nova identidade e contribuem para um certo grau de satisfação individual, por outro, revela-se insuficiente para colmatar a sensação de insegurança presente na vivência diária dos jovens (Miles, 2011). A construção identitária estabelece-se assim através de uma articulação entre identidade e diferença que permite ao indivíduo demarcar-se do “outro” afirmando a sua unicidade pelo meio da apropriação de bens simbólicos (Silva, 2005) essenciais para a definição de processos de inclusão e exclusão social, classificação e normalização (Silva, 2005; Woodward, 2005). Nesta demarcação as narrativas ficcionais e publicitárias são cruciais para a produção de novos significados munindo o indivíduo de símbolos que estabelecem relações de poder entre o “eu” e o “outro” (Woodward, 2005; Silva 2005).

Dada a fragmentação social a que estão sujeitos, torna-se particularmente complicado, para os jovens, construir uma “identidade unificada” (Ferreira, 2008: 147), pois na pós modernidade as identidades são caracterizadas por alguma ambivalência (Hall, 2005), logo o nível de contradição existente entre a criação de uma identidade paralelamente singular e plural exige sempre uma certa negociação (Woodward, 2005).

A experiência actual vivenciada pela juventude é marcada pela “flexibilidade, descontinuidade, risco e fluidez com que lidam na estruturação dos seus projectos de vida” (Ferreira, 2008: 280), o que se reflecte numa identidade “hesitante, mutável, flexível, contraditória e multissituada” (Campos, 2010) numa incessante reformulação (Henriques, 2004). Neste contexto de crise identitária os jovens diferenciam-se dos pais e dos seus pares adquirindo estabilidade a nível individual e colectivo através de diferentes práticas de consumo associadas às subculturas juvenis, identificando-os como participantes activos de um grupo específico (Deutsch e Theodorou, 2009). Um sentido de distinção e afastamento de uma cultura socialmente instituída nasce com a aderência a culturas de gosto (*taste cultures*), que permitem que grupos de indivíduos que partilham algo em comum se diferenciem radicalmente de uma cultura “*mainstream*” (Thornton, 1997). O grupo de amigos emerge, neste contexto, enquanto a principal fonte de influência na adopção de uma cultura juvenil, contribuindo para o desenvolvimento de relações amicais “partilha de valores e experiências comuns” (Conde, 1990) importantes no desenvolvimento identitário dos jovens (Ferreira, 2000).

Pelo consumo identificam-se e distinguem-se dos grupos de pares, formando uma identidade simultaneamente “clânica e singular” (Lipovetsky, 2010). Ligado a este

processo de estruturação identitária encontram-se as dietas mediáticas estruturantes do seu tempo e das suas práticas de lazer (Cardoso et al., 2009). Importa salientar a adopção das novas tecnologias de informação e comunicação enquanto “agentes socializadores” que proliferam no quotidiano juvenil, seja pelo uso do computador e da internet ou pela interação num ambiente multimédia constituído pelo visionamento de séries de ficção, musica e videojogos (Cardoso et al., 2009). Este processo caracteriza-se por uma relação de complementaridade entre novos media e media tradicionais, num *mix* mediático (Livingstone, 2002) responsável pela “exploração de mundos, interiores e sociais, (...) onde se confrontam identidades pessoais e reforçam comunidades (...) e a apresentação da imagem pessoal” (Cardoso et al., 2009: 26).

### 1.3 REVISITANDO O CONCEITO DE SUBCULTURA

A génese da teoria subcultural remonta à Escola de Chicago que identificava as subculturas como grupos de comportamentos desviantes, compostos por uma mescla de etnias, culturas e conflitos que acompanhavam o crescimento populacional nos EUA (Feixa, 1999). Os estudos urbanos da Escola de Chicago centraram-se então na análise de formas de conduta que surgiam no espaço urbano e na identificação de grupos considerados marginais, associados à prostituição e à vida boémia. Desta primeira vaga de estudos, destacam-se obras como “*The Gang: A Study of 1313 Gangs in Chicago*” (1926) de Frederick Thrasher e “*Street Corner Society*” (1943) de William Whyte.

Por volta da década de 1960, inicia-se a segunda vaga de estudos sobre subculturas juvenis na Grã-Bretanha, a cargo do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) da Escola de Birmingham que analisa as subculturas juvenis originadas em contexto pós-guerra, usando teorias conceptuais provindas da antropologia, do interacionismo simbólico, do estruturalismo, da semiótica, da linguística e da literatura marxista (Feixa, 1999; Huq, 2006). Sobre o seu estudo recaem grupos de estilos definidos como “espectaculares” como os *mods*, *teddy boys*, *rockers*, *skinheads* e *punks*. Ora, a análise subcultural da CCCS enfatizava sobretudo a autenticidade<sup>1</sup> dos estilos e a habilidade que os elementos das subculturas possuíam para transformar objectos culturais e de participarem em rituais simbólicos associados a manifestações de resistência contra a

---

<sup>1</sup> Segundo os teóricos da CCCS, uma subcultura *autêntica* era aquela que surgia espontaneamente no seio do grupo como resposta ou resistência à cultura dominante, expressada pela adopção de uma imagética única a um determinado grupo. Uma subcultura *inautêntica* caracterizava-se por ser construída numa dimensão mediática e, posteriormente, reapropriada comercialmente tornando-se massificada (Simões, 2002).

cultura parental ou dominante (Gelder, 1997). Era através das práticas de consumo que estes elementos transformavam as mercadorias, subvertendo o seu valor simbólico original atribuindo novos significados e contextos (Hodkinson, 2002, Hebdige, 1975).

Na teoria clássica antropológica esta técnica é denominada de *bricolage* por Levi-Strauss, ou seja, a reconfiguração e ordenamento de objectos usados que constroem novos significados centrados em torno de actividades particulares (Clarke, 1975) A recriação das mercadorias, neste sentido, constituía um fetichismo estético, descrito como narcisista, que não resolvia os conflitos classistas analisados pela CCCS. Neste contexto, a vitória seria sempre efémera, “imaginada”<sup>2</sup> (Hebdige, 1975). Ao adoptar esta perspectiva, a abordagem de Birmingham seria alvo de duras críticas, principalmente por privilegiar uma ênfase excessiva sobre os estilos espectaculares, a luta contra uma cultura hegemónica e por apresentar uma leitura unidimensional sobre o conceito de resistência (Clarke, 1997; Gelder, 1997). Na década de 1990 os estudos sobre subculturas juvenis ganham nova dimensão com a emergência de novos conceitos que pretendem substituir a suposta inadequação conceptual da leitura clássica da CCCS, para descrever uma abordagem pós-moderna, adequada aos novos grupos que surgiam na época. É nesta nova onda de estudos, pós-subculturalista, que surge o conceito de *tribos* (Maffesoli, 1996), ou *neo-tribos* (Bennett, 1999), conceitos que enfatizam a condição de fluidez e que pretendem capturar o carácter instável das afiliações que se encontram ligadas à cultura de consumo pós-moderna (Hesmondhalgh, 2007). Num artigo recente, Bennett e Robards (2011) sublinham a necessidade de revisão deste conceito que não tem em conta a capacidade que a internet possui em manter uma maior coesão e permanência grupal dos indivíduos em ambientes online. Leituras recentes do conceito de subcultura defendem ainda a visão tradicional conceptualizada originalmente pela CCCS, argumentando a sua validade (Shildrick e Macdonald, 2006). Hodkinson, (2002) por sua vez, propõe redefinir o conceito de subcultura combinando aspectos das abordagens da Escola de Birmingham e Chicago, tendo o cuidado de salientar o carácter mais flexível das identidades contemporâneas, as relações amicais, os eventos, DIY media, o estilo e a internet, reconhecendo a importância dos media e do comércio na construção cultural destes grupos. Ao rever o termo, o autor estabelece quatro critérios de análise: *identidade, compromisso, distinção consistente e autonomia*

---

<sup>2</sup> Na tradição do pensamento da CCCS, de raiz Marxista, o conceito de imaginação é adoptado directamente da filosofia de Louis Althusser que, influenciado pela teoria da psicanálise de Jacques Lacan, argumenta que a ideologia não é representativa do mundo real mas sim da relação imaginária que os indivíduos estabelecem com o mundo. CCCS (org.) (1980), *Da ideologia*, Rio de Janeiro, Zahar.

(Hodkinson, 2002). Critérios que, como o autor indica, são necessários para compreender a *substância* das subculturas juvenis: *Identidade* relaciona-se com o envolvimento do indivíduo com um grupo distinto onde prevalece a partilha emocional e identitária com os restantes membros, assim como a importância do sentimento de distinção daqueles que pertencem ao grupo e se distinguem dos que não pertencem; *compromisso* refere-se à participação e influência das subculturas juvenis no quotidiano destes grupos. A extensão desta influência manifesta-se nas suas práticas de lazer, relações de amizade, colecionismo, locais de encontro e de consumo e uso diário da internet. O envolvimento contínuo nestas práticas é o que os distingue de formas mais efémeras e parciais de afiliação; a *distinção consistente* diz respeito a um conjunto de valores e gostos que são partilhados e se caracterizam pela sua distinção e consistência permanecendo no seio do grupo durante longos períodos de tempo; *autonomia* refere-se a um circuito mediático e comercial: as infraestruturas de eventos, bens de consumo e meios de comunicação, responsáveis pela demarcação identitária destes grupos.

As actividades produtivas e organizacionais em que estes grupos se envolvem são, muitas vezes, criadas e sustentadas pelos próprios. Ao reconceptualizar a noção de subcultura, Hodkinson (2002) pretende demonstrar que cada um dos critérios supracitados deve ser visto como um contributo, que em conjunto com os outros revela a real adequação do termo subcultura e a sua substância. Apesar da sua maior maleabilidade, Hodkinson (2002) não descarta outra terminologia como *neo-tribos*, que pode ser útil para descrever grupos cujas formas de afiliação revelam maior fluidez e efemeridade.

#### **1.4 AS SUBCULTURAS JUVENIS NA ERA DA INTERNET**

A internet surge actualmente como um espaço formado por culturas de pertença em rede, com capacidade de potencializar o desenvolvimento das relações humanas enquanto simultaneamente cria um sentimento de pertença e de auto-estima característico de uma noção de comunidade imaginada (Cardoso, 2012). A imaginação na sua dimensão colectiva é hoje um propulsor para a acção comunal que imagina e desenvolve sentimentos em torno de um interesse em comum (Appadurai, 1996) independentemente de restrições espaço-temporais (McArthur, 2009). Dinâmica esta que permite que grupos que outrora se desenvolviam somente offline se perpetuem no espaço virtual (Baym, 2006) e encorajem a experimentação de uma constelação de práticas juvenis, estilos e identidades (Hodkinson e Lincoln, 2008) que dêem azo a

novas formas de interação social. As novas tecnologias tornaram favorável o fenómeno globalização e a conseqüente promoção das culturas juvenis permitindo a sua difusão a nível global (Riley, 2008) colocando ao dispor de todos as ferramentas necessárias para se passar de um consumidor passivo a um consumidor activo e participante na produção de conteúdos (Simões, 2002), contribuindo para novas formas de participação que passam pela apropriação e circulação de conteúdos mediáticos, pela prática DIY (*Do-It-Yourself*) e pela partilha de informação, imagens e narrativas que constituem o universo das subculturas juvenis (Jenkins, 2006). Desta convergência tecnológica e ubiquidade característica da Web 2.0 a informação difunde-se com maior celeridade o que permite uma inter-relação e partilha mais eficaz entre utilizadores através das redes sociais e das redes *peer-to-peer* contribuindo para a interação entre as comunidades de fãs e o desenvolvimento de uma cultura participativa (Gn, 2011).

Estas novas formas de interação que advêm do uso diário dos novos media são visíveis através de diferentes géneros de participação, que se caracterizam por um investimento em múltiplas formas de identificação: as relações guiadas por amizade que estabelecem a construção das relações com o grupo de amigos cultivando um “eu” virtual, performativo (avatar), estruturante das suas redes de relações e geradora de conversas online em torno de temas relativos ao quotidiano juvenil (boyd e Heer, 2006) que se estendem a diversas redes sociais (Facebook, Myspace) (Ito, 2008). Os espaços virtuais apresentam-se como locais privilegiados onde se negociam identidades, amizades e o *status*, se discutem gostos, e se partilha informação sobre cultura popular, sobre os amigos, os romances e os dramas (boyd, 2010). Nas práticas guiadas por interesse a identidade subcultural centra-se em actividades próprias, geradoras de conhecimentos específicos. Nestes ambientes, a aprendizagem surge da partilha de conteúdos entre os utilizadores, e das actividades motivadas por interesses comuns que estruturam novas redes de relações amicais baseadas em práticas *geek* ou de grupos considerados à margem (Ito, 2008). Deste género de redes *peer-to-peer* são adquiridas não só novas competências sociais, mas também novas literacias que são obtidas pela experimentação com os conteúdos online desde a criação e remistura de vídeos e edição de fotografias (Knobel e Lankshear, 2008) que são habitualmente partilhadas em diversas plataformas online (YouTube, DeviantArt, Facebook, blogs) (Ito, 2008). Em contacto com diversos espaços de aprendizagem informal (Jenkins, 2008; Ito et al. 2008) os jovens contribuem para a criação de comunidades de produção amadora, onde coabitam no mesmo ambiente, jovens com conhecimento mais avançado e outros ainda

aprendizes (Lange e Ito, 2010). Da inteligência colectiva proveniente deste tipo de comunidades, cada membro contribui com o conhecimento que possui (Jenkins, 2008).

A interajuda grupal, a partilha de *feedback* sobre as criações individuais constituem um núcleo de desenvolvimento das capacidades de cada individuo e dos conteúdos que produzem (Lange e Ito, 2010) contribuindo para a aprendizagem de significados decorrentes da produção e interação com diferentes formatos multimédia através de processos de criação de novas ideias recorrendo ao uso de múltiplas modalidades (oral, gestual, musical, dança, escultura, dramatização) resultando numa convergência de literacias (Walsh 2010; Kafai e Peppler, 2011) que se processam para além do digital noutras formas criativas de expressão (Kafai e Peppler, 2011). A inserção dos jovens nestas comunidades acaba por apoiar a construção de uma identidade colectiva e partilha de gostos em comum (McArthur, 2009) interligando-se entre mundo virtual e “real”, “numa virtualidade real integrada com outras formas de interação numa vida crescentemente hibridizada” (Castells, 2010). Ito (2007) descreve este novo panorama de produção e troca cultural de *hipersocialidade*, ou seja, a produção e troca *peer-to-peer*, de informação e objectos entre consumidores, entre grupos que se encontram geograficamente próximos e realizam encontros organizados como as convenções de fãs e torneios, ou dispersos em espaços virtuais. O acesso a diferentes culturas fãs é propiciado por fluxos transnacionais de informação e produtos culturais ausentes de uma conotação simbólica que os identifica com uma cultura em particular devido à sua natureza híbrida, aceite tanto por culturas ocidentais como orientais (Mouer e Norris, 2009). Neste sentido, a identidade fã é privilegiada a favor da existência de uma identidade nacional: “an attempt to “naturalize” fan identities by implying that fandom is an essentially transnational/transcultural experience” (Hills, 2002).

## **1.5 A CULTURA DO SOL NASCENTE: MANGA E ANIMAÇÃO JAPONESA**

Os primórdios da cultura *manga* (banda desenhada) e *anime* (animação) manifestam-se sob a forma de arte tradicional, segundo alguns autores, em 1770 em pleno período Edo (1600 – 1868) no Japão, sob a forma de xilogravuras (*ukiyo-e*) onde se observavam as primeiras caricaturas (Norris, 2009) com histórias de humor, erotismo, o sobrenatural e o divino (Napier, 2001). Para Poitras (2008) a sua origem remonta ao período Meiji (1868 - 1912) com a abertura do Japão ao Ocidente e a sua posterior industrialização que permitiu um intercâmbio cultural entre Estados Unidos e Europa, nomeadamente em termos de vanguardas artísticas e desenvolvimento tecnológico. As primeiras

influências Ocidentais surgem pelas obras de Júlio Verne “*Around the World in Eighty Days*” (1879) e “*Twenty Thousand Leagues Under the Sea*” (1870) que fascinavam o imaginário nipônico pela ênfase no desenvolvimento tecnológico que aumentava as capacidades humanas e que coincidia com a industrialização do Japão e a promessa de uma nação tecnologicamente evoluída (Orbaugh, 2006). O período pós segunda-guerra marca uma nova era no Japão com a ocupação dos Estados Unidos e a posterior “Americanização” cultural de que é alvo, através da primeira vaga de *comics* (banda desenhada) que surgia pela imprensa (Napier, 2011). A *manga* enquanto fenômeno comercial e elemento da cultura popular japonesa contemporânea surge na década de 1950 com *Astro Boy* de Osamu Tezuka (1951) (Norris, 2009) e *Gigantor* de Mitsuru Yokoyama (1956) mais tarde com *Mazinger Z* (1970); *Space Cruiser Yamato* (1974); *Starvengers* (1974); *Mobile Gundam Suit* (1979); *Super Dimensional Fortress Macross* (1982). O conteúdo das narrativas e personagens aborda futuros utópicos caracterizados pela industrialização, reconstrução e exaltação de uma identidade nacional fragmentada num contexto pós segunda-guerra (Allison, 2006).

A “fetichização pelo mecânico” como ilustra Allison (2006) seria o foco das narrativas das mangas e da animação japonesa durante todo o século XX. A obsessão pelo tecnológico é visível nas mangas e animes através de robôs gigantes (ou *mecha suits*) que permitem a extensão das capacidades humanas, criando temporariamente uma simbiose entre homem e máquina (Orbaugh, 2006) em conformidade com uma visão pós-humana, numa sintonia entre corpo e técnica (Luz, 2012). A animação japonesa torna-se num fenômeno global a partir da década de 1980 e inícios de 1990 com obras cinematográficas como *Akira* (1988) e *Ghost in the Shell* (1995) e a série televisiva *Neon Genesis Evangelion* (1995) incorporando influências do cinema norte-americano, nomeadamente o estilo *cyberpunk* de *Bladerunner* (1982), as animações apresentam futuros distópicos, pós-apocalípticos com elementos de reflexão filosófica existencial sobre a condição do que é ser humano numa era dominada pela tecnologia (Napier, 2011; Orbaugh, 2006; Norris, 2009). As mangas e animes demarcam a sua diferença da animação Ocidental através do estilo visual e narrativo, desafiando as audiências e as suas expectativas do que é “normal” ou “real”: a mistura entre realidade e fantasia é aceite com mais naturalidade no Oriente devido à sua tradição filosófica e religiosa (*xintoísmo*) (Napier, 2005) que não estabelece uma fronteira sólida entre “animado” e “inanimado” (Makela, 2008). A animação japonesa aborda temas segmentados tanto para o público feminino (*shojo*) como masculino (*shonen*) como a fantasia, o drama,

mundos tecnológicos e personagens com profundo desenvolvimento emocional e reflexivo (Hsiaoping, 2011) que se distinguem da animação ocidental através de diferentes formas de estilização que passam pela expressão corporal das personagens e de uma imagética única pertencente à animação japonesa (Poitras, 2008), oferecendo aos fãs a possibilidade de se identificarem com as personagens e com a sua história, ao mesmo tempo que oferece ferramentas para a construção de uma identidade ficcional como meio de expressão: “the mimicry of manga characters is an attempt to express, construct, and use different forms of identity” (Hsiaoping, 2011).

Estas formas de expressão culminam na prática fã denominada de cosplay (*costume play*) (Napier, 2011).

## **1.6 A GALÁXIA COSPLAY: A FICÇÃO COMO EXTENSÃO DA IDENTIDADE**

Cosplay (ou *Costume Play*) é uma arte performativa na qual os participantes se mascaram das suas personagens favoritas, sejam de filmes, séries televisivas, videojogos ou *comics* (Gn, 2011; Taylor, 2009). É uma actividade onde os fãs assumem temporariamente uma identidade fictícia (Taylor, 2009) e com ela participam em demonstrações ou performances que espelham a identidade da personagem escolhida.

Enquanto prática fã, o cosplay constitui-se em torno de um objecto da cultura popular, e é usada pelos fãs de *mangas* e *animes* como meio de construção identitária individual e grupal através de diversas actividades que envolvem interação social em eventos da especialidade (Bonnichsen, 2011). Nas comunidades de cosplay os jovens identificam-se com outros pelos gostos ligados à música, vestuário e comportamentos, que estruturam as suas relações e o modo como se distinguem uns dos outros afiliando-se, preferencialmente, aos que possuem os mesmos gostos (Amaral e Duarte, 2008) permitindo a produção e disseminação de conhecimento relacionado com os produtos culturais que consomem (Stockburger, 2012).

Neste contexto, o capital subcultural emerge como operador de *status* para os indivíduos participantes na comunidade (Thornton, 1997). Na prática o capital subcultural revela duas dimensões: uma objectificada, que se traduz numa dimensão estética (vestuário, penteados, coleções); outra personificada, onde o conhecimento sobre as últimas tendências e a linguagem operam como marcadores de distinção (Thornton, 1997). É pelo capital subcultural que o grupo se estrutura e os indivíduos adquirem estatuto dentro das comunidades (Thornton, 1997): “the amount of mangas one has read, by being able to create a good costume, and, not the least, by being able to



associate with a japaneseness” (Bonnichsen, 2011). O conhecimento específico e domínio dos materiais necessários para a produção dos fatos, é adquirido pela experimentação e autoaprendizagem ao invés de optar pela compra de um fato já finalizado (Stockburger, 2012). Ora, é através desta capacidade que os fãs possuem de apropriar e subverter os produtos culturais que consomem que o cosplay se torna numa actividade participativa (Stockburger, 2012).

Este género de produção fã é composto por três níveis de produtividade: a *semiótica*, que consiste na produção de significados que constituem a identidade social dos indivíduos, tal como a sua experiência social obtida dos bens culturais que consomem; a *enunciativa* refere-se à transmissão dos significados semióticos num contexto social específico, seja através do estilo, da partilha de ideias e conhecimentos que afirmam a identidade de um indivíduo com o grupo; a *textual*, refere-se à produção de textos que possuem um valor semelhante aos da cultura dominante e que circulam habitualmente entre os membros da comunidade, e produzidos sem fins económicos (Fiske, 1992). O produto final é transformado num evento e não num objecto de valor artístico e económico (Fiske, 1992). O seu real valor reside no prazer subjectivo e social com os produtos culturais que produz (Grossberg, 1992). Existe um “processo afectivo”, que parte das experiências emocionais do indivíduo e que o leva a investir em práticas que constituem a sua identidade individual e social (Lamerichs, 2013). No cosplay, o processo afectivo inicia-se, em primeiro lugar, na relação com o texto e na escolha de uma personagem; em segundo, na criação dos fatos e acessórios e no estudo das características emocionais e físicas da personagem que pretendem interpretar, tal como as inseguranças relativamente ao fato, ao corpo, e às opiniões de outros cosplayers (Lamerichs, 2013). Durante processo criativo, as matérias-primas são alvo de uma personalização por meio de técnicas artesanais, dando lugar a um novo “produto”, habitualmente para consumo próprio<sup>3</sup> (Campbell, 2005). Socialmente, o processo afectivo estende-se à ajuda mútua existente entre praticantes na construção dos fatos, e na partilha do progresso do seu trabalho via redes sociais (Lamerichs, 2013).

O conhecimento da cultura *manga* e *anime* revela-se essencial para o desenvolvimento das actividades que envolvem o cosplay e da qual os participantes se apropriam para a construção de identidades fictícias (Liu, 2012) que surgem da

---

<sup>3</sup> Numa perspectiva de consumo, Campbell (2005) refere-se a estes consumidores de “*craft-consumers*”; participantes activos no processo de apropriação, manipulação de novos materiais e aplicação de técnicas de artesanato, permitindo a autoexpressão e criatividade individual.

descodificação dos textos e na ligação que tentam estabelecer entre a história e personalidade das personagens e as suas experiências de vida pessoais (Grossberg, 1992). Neste sentido, a identidade é projectiva (Gee, 2007): o individuo projecta em si características da personagem, tal como os seus valores, maneira de ser, e os seus gestos (Lamerichs, 2010).

A identidade projectiva é neste contexto, *activa*, pois o sujeito não é apenas um elemento passivo mas sim participante, e *reflexiva*, pois é o sujeito que decide como agir e que escolhas deve tomar (Gee, 2007). A performance mimética é o que marca a prática do cosplay que é vista como uma expressão de fantasias mediadas, devido à sua forma visível de identificação entre sujeito e imagem (Gn, 2011). O texto adquire uma consistência material com a encenação de uma personagem (Gn, 2011). A componente dramática (canto, humor, dança, *story-telling*) é parte integrante da criatividade simbólica, essencial na produção de sentido e de significados (Willis, 1990).

Esta característica pressupõe a adopção de um mundo imaginário e ilusório no momento de performance (Stockburger, 2012), transformando a realidade em ficção, representando a personagem eleita (Furukawa, 2008). Desta simulação identitária (Gn, 2011), o cosplay não é somente uma forma de escapismo mas sim um processo de desenvolvimento da identidade pessoal dos indivíduos (Bonnichsen, 2011) aliado à sensação de *empowerment*, de autoconfiança nas suas capacidades (Fiske, 1992) e geradora de investimento afectivo no *fandom* (Grossberg, 1992). O cosplay apresenta características que podem ser associadas a normas desviantes (Taylor, 2009; Gn, 2011). As práticas fãs são normalmente estigmatizadas pela sociedade por serem consideradas fúteis e por rodearem objectos da cultura popular considerados ausentes de valor cultural (Taylor, 2009). Estas formas de caracterização podem ser vistas socialmente como patológicas, sinal de um desvio identitário ou de uma disfunção social que conota o fã como obsessivo, alienado e com comportamentos irracionais (Jensen, 1992).

A adopção temporária de uma personagem fictícia dilui as aparências entre diferentes géneros, principalmente quando o praticante, momentaneamente, inverte os papéis e opta por caracterizar-se de uma personagem do sexo oposto, prática denominada de *crossplay*, que transgride temporariamente comportamentos hétero-normativos (Taylor, 2009; Gn, 2011). O sentido destas formas de expressão orienta-se em torno de modos de construção de significado que os fãs concebem do mundo em relação com as diferentes formas de media que consomem e segundo o contexto sociocultural contemporâneo a que pertencem (Jensen, 1992).

## CAPÍTULO II – METODOLOGIA E ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 2.1 METODOLOGIA

Perante o cenário traçado optou-se por uma metodologia intensiva alicerçada na tradição etnográfica. A primeira fase da investigação consistiu na recolha de material bibliográfico sobre o estado da arte relativo ao fenómeno das subculturas juvenis, enquanto simultaneamente se procurava delimitar, com maior clareza, o objecto de estudo. O primeiro ponto essencial nesta delimitação começa por ser a sua circunscrição espacial ou territorial, a identificação de uma “entidade, um lugar, uma situação, uma rede social” (Cordeiro, 2010) com o seu próprio universo simbólico e os seus campos de comunicação particulares (Velho, 1981) que no nosso objecto de estudo estão centrados em eventos destinados à prática do cosplay. Num segundo momento temos em conta a sua dimensão desterritorializada, no ciberespaço, que permite que estas relações se estendam *online* para lá de constrangimentos espaço-temporais (Simões, 2002).

Para efeitos de descrição micro espacial, optou-se pela observação participante em eventos (*in situ*) mantendo um olhar “de perto e de dentro” (Magnani, 2002) no próprio terreno permitindo identificar a multiplicidade de práticas sociais dos actores e o contexto onde estas dinâmicas operam (Cordeiro, 2010). No espaço online a observação centrou-se em páginas de fãs, grupos e fóruns que nos permitissem determinar as diferentes formas de participação dos praticantes tal como as interações entre pares e a partilha de gostos em comum. Por último, procedeu-se à elaboração de entrevistas semi-estruturadas a praticantes de cosplay, privilegiando a realidade subjectiva dos indivíduos e a sua descrição dos significados subculturais (Muggleton, 2000). O material recolhido é composto por dez entrevistas aprofundadas com a duração média de uma hora a jovens de idades compreendidas entre os 17 e os 26 anos; um diário de campo onde se encontram documentadas trinta e oito horas de observações realizadas em eventos; os registos de observação online onde se procede à análise de trinta e três sites, incluindo as páginas dos praticantes de cosplay, as páginas de grupos e as páginas dedicadas aos eventos. O contacto com os praticantes foi estabelecido, numa primeira fase, através dos eventos, com recurso a um *insider* que proporcionou a aproximação a outros jovens.

Numa segunda etapa, os contactos foram posteriormente abordados online, através do Facebook, naquilo que podemos denominar de um efeito bola de neve permitindo

encontrar outros jovens com participação activa na comunidade, característica pretendida para a realização das entrevistas.

## **2.2 Cosplay Online: Novos media, sociabilidades e práticas guiadas por interesse**

No presente capítulo, iniciamos a explicação dos dados etnográficos seguindo as experiências subjectivas dos entrevistados praticantes de cosplay começando com o primeiro contacto com a prática através da navegação em ambientes virtuais, como os fóruns de videojogos e anime, passando por outras dietas mediáticas que abrangem o visionamento séries de animação televisivas e a leitura de revistas dedicadas a culturas geek. Posteriormente, a análise incide sobre a criação de perfis nas redes sociais online como um dos primeiros momentos de criação e manutenção de uma identidade subcultural guiada em torno de um interesse comum. A segunda parte da análise é dedicada ao desenvolvimento de aprendizagens relacionadas com o universo cosplay, abordando competências desde artísticas, sociais e profissionais, a construção de identidades através dos consumos e a participação nas convenções de fãs.

Rafael (A1) - Em meados de 2003, quando a internet começou a ser mais acessível a toda a gente, quando apareceu a Tv cabo, Cabovisão etc., e a internet apareceu e eu sempre tive um certo gosto pela animação japonesa, não sabia o que era a animação japonesa mas sempre tive algum interesse por isso, principalmente videojogos. Na altura havia uma revista, acho que a Multiconsolas (que agora acho que se chama Maxiconsolas), e tinha um fórum e basicamente era o único fórum português onde se falavam de jogos e afins. Epá tava a procurar os tópicos, tinha 13 anos na altura, e vi lá um tópico sobre cosplay e vi fotografias dessa altura no único evento que existia em Portugal que era o cosplay no FIBDA na Amadora, em 2002, e achei genial, achei imensa piada à coisa. Na altura entrei em contacto com algumas pessoas de lá, comecei a falar etc., e fiz o meu cosplay passado poucos meses, Outubro de 2003.

Luísa (B1) - O meu interesse começou em 2003, quando eu vi numa revista de jogos que era a Mconsolas na altura, e vi uma reportagem sobre o FIBDA que é o Festival de Banda Desenhada da Amadora. Vi uma foto de vários cosplayers, achei piada, até porque conhecia a maioria das personagens que eles estavam a fazer e...comecei a frequentar o fórum, comecei a falar com as pessoas, mas só em 2004 é que fiz o meu primeiro cosplay, no carnaval de 2004. Mas o interesse começou no final de 2003.

Mafalda (C1) – O meu interesse começou quando...eu tinha uma amiga que fazia isto, somos amigas de infância e ela mostrou-me os fatos dela e eu achei muito estranho claro, mas achei engraçado e na altura achei engraçado fazer. Eu não era na altura uma pessoa muito sociável e então demorou um bocadinho a começar. Mas comecei a ir a meets e a eventos depois porque nessa altura ainda não havia quase eventos nenhuns, estávamos em 2007 mais ou menos e foi um bocadinho complicado. Mas pronto depois lá ganhei coragem para fazer e gostei, adorei a experiência porque eu adoro fazer as coisas.

Ao analisarmos o excerto (A1) identificamos claramente o ecossistema de diferentes meios que permeiam o quotidiano do Rafael, combinando novos media e media tradicionais. O interesse pelo cosplay nasce das primeiras pesquisas realizadas na internet ainda durante a adolescência, sendo no ambiente digital onde encontra o fórum da revista Multiconsolas (revista dedicada aos videojogos). O acesso à cultura de *gaming* propiciada pelo fórum e pela revista Multiconsolas, permite ao Rafael ter o primeiro contacto com os primeiros registos fotográficos sobre cosplay relativo ao *Festival de Banda Desenhada da Amadora (FIBDA)* iniciando a construção de uma nova rede de sociabilidades que surge de um interesse específico e que tem o seu começo no espaço virtual para, posteriormente, se estender ao contacto e conhecimento com indivíduos que partilham interesses semelhantes e frequentam os eventos. Percurso idêntico é observado no trecho (B1) pela Luísa, igualmente interessada pelo universo dos videojogos, tem o seu primeiro contacto com a prática também através da revista Multiconsolas. Motivada pelo conhecimento prévio que já possuía de algumas personagens de animação encarnadas por alguns fãs que viu na reportagem sobre o FIBDA, na revista, decide aceder ao fórum online onde estabelece diálogo com outros conhecedores de cosplay iniciando-se na prática durante o Carnaval de 2004.

No caso da Mafalda (C1) o conhecimento com o cosplay surge por influência de uma amiga que, já pertencente ao seu círculo de amizades e familiarizada com a prática, introduz a Mafalda ao mundo do cosplay. A estranheza e a timidez inicial não impedem Mafalda de experimentar uma nova prática e de frequentar os primeiros eventos e *meets* (encontros), nutrindo especial gosto pelo “fazer as coisas” que define o mundo do cosplay.

Mariana (D1) – Desde pequena que vejo series de animação japonesa na televisão nacional: Sailor Moon, Samurai X. (...) Começou por aí mesmo quando eu era pequenina, tinha provavelmente 6 anos, obviamente que eu não sabia o que era o cosplay e depois fui crescendo e fui vendo essas séries. Apareceram outros canais na tv cabo e assim, fui procurar no Google e então encontrei uma amiga (...) juntamo-nos as duas foi no Fotolog. Foi mesmo ao acaso porque eu gostava de uma série e ela também, então fui falar com ela e combinámos ir ao primeiro evento e fazer o primeiro cosplay juntas. Ela nunca tinha feito cosplay mas explicou-me o que era.

No caso da Mariana (D1) o interesse desponta com as séries de animação que passam na televisão generalista (Sailor Moon e Samurai X, ambas na Tvi) cultivando, ao longo dos anos, o interesse pela animação japonesa que mais tarde se estende aos canais por cabo (Locomotion e Sic Radical).

Os motores de busca, como o Google, serviram para pesquisar mais sobre as séries de animação e desenvolver amizades que, no caso da Mariana, tiveram lugar no *Fotolog*, uma rede social online centrada no *photo-blogging* onde, por via do acaso, encontrou outra pessoa que partilhava do mesmo gosto pelas séries de animação japonesa. Tendo introduzido a prática à Mariana, ela e a sua amiga virtual decidem, mais tarde, fazer o seu primeiro cosplay e participarem em conjunto num evento.

É sobretudo online onde os praticantes se organizam, tendo começado com a busca individual por pontos de encontro online inicialmente dispersos. Desenvolvendo, ao longo do tempo, fóruns temáticos dedicados ao anime e ao cosplay, co-habitando em múltiplas redes sociais online, desde o Messenger, o Facebook, o Deviant Art, e blogs.

Luísa (B2) – Online começou tudo nos fóruns. Eu até digo que o maior fórum de anime e manga português que é o Anime Portugal que eu fiz parte da equipa fundadora já há uns dez anos (...). Começou nos fóruns, passou para o Messenger mais ou menos, as pessoas falavam no Messenger, claro que depois se juntavam, no fórum diziam “ah vamos fazer um chat sobre anime, manga. Dêem os vossos mails” a gente dava os nossos mails, e depois no Messenger dava um grupo gigante de pessoas depois claro que com o Facebook aquilo explodiu não é. No Facebook cada um tem a sua página depois a grande maioria dos amigos são desta comunidade, eu tenho pelo menos 90 e tal amigos em comum com os outros amigos meus, é tudo da comunidade.

Segundo a Luísa, os primórdios da comunidade tem o seu lugar nos fóruns, nomeadamente no Anime Portugal, onde pertenceu à equipa fundadora. O Anime Portugal é, para os membros, um ponto de referência para a discussão sobre temáticas ligadas à cultura popular japonesa (oriental no geral). Os tópicos de discussão centram-se em torno dos próximos eventos a serem realizados; a formação de grupos de cosplay sobre uma série de anime escolhida; troca de informação sobre locais de compra de materiais; organização de *meets* e outros assuntos ligados à comunidade.

O *Messenger* servia como ponto aglomerador dos grupos organizados no fórum e que usavam o chat para conversar sobre o universo da cultura popular japonesa. Mais recentemente a rede social online, Facebook permite que cada utilizador possua uma página pessoal estruturando a sua rede consoante interesses e amizades.

Ana (E1) – (...) as pessoas agora usam o Facebook e contactam por lá, ou até nos jogos online. Eu diria mesmo que quase todo o planeamento sim, “olha vou ao evento tal ou vou não sei onde” é só ires online e os encontros são feitos por lá. Às vezes os cosplayers encontram-se em sessões fotográficas ou para reuniões, mas é tudo planeado online e provavelmente organizado depois para irem ter a algum local ou um evento em concreto e é lá que se juntam. As pessoas depois dos eventos acabam por adicionar-se umas às outras normalmente, mas há mesmo grupos como o Cosplay

Portugal, e surgiram agora as páginas de cosplay no Facebook. Pronto, as pessoas deixam lá as suas páginas para irem ver-se umas às outras e passarem o contacto, se têm alguma dúvida por exemplo “olhem quero fazer a armadura desta personagem” deixam lá, e eu por exemplo faço parte daquele grupo posso ir lá e ajudar e deixar tutoriais. Então as pessoas entram facilmente em contacto.

No extracto (E1) identificamos que o Facebook é a rede online de eleição que estrutura os encontros offline, desde as idas aos eventos, as sessões fotográficas ou reuniões estabelecidas num ponto geográfico *a priori*. É prática comum para a Ana adicionar no Facebook regularmente novas pessoas que conhece nos eventos. O grupo de Facebook, *Cosplay Portugal* é onde a comunidade congrega e se reúne para partilhar as experiências relativas ao uso dos materiais, tutoriais sobre a confeção dos fatos, acessórios de cosplay e a sua página pessoal de fãs onde é exposto o trabalho relativo ao progresso diário dos fatos.

Segundo os registos de observação online, o grupo *Cosplay Portugal* no Facebook é actualmente um dos locais onde é gerada mais conversação entre os membros da comunidade. Tal como descrito pelos entrevistados anteriormente, o grupo funciona como uma plataforma de troca de ideias, informação, promoção das páginas de fãs online dos cosplayers e compra/venda de materiais:

PROMOÇÃO – “Minha página de cosplay, caso vós interesse! c: Poderão encontrar lá wips/tutoriais, fotografias que não posto no meu dA [Deviant Art] e as informações mais recentes sobre os fatos que estou a fazer!!”

VENDA/TROCA – “Haro gente eu andei a ver alguns tecidos que já não usava, ou que me deram mas que não irei precisar, para ver se consigo arranjar outros tecidos que preciso. Está aqui este álbum com o que tenho agora, e aceito tanto trocas como vendas”

DICAS/MATERIAIS – “Oi ☺ Eu quero fazer a Bazooka do Hijikata (Gintama) e queria saber se tinham algumas dicas para isto xD tou um pouco à nora. Tava a pensar em um tubo de PVC e depois arame com cartão em cima.. mas.. se souberem uma forma melhor agradeço ^^”

Outras formas de exposição online privilegiadas pelos cosplayers, são as páginas de fãs pessoais do Facebook e do DeviantArt, criadas com o intuito de promover e reforçar a sua imagem e identidade subcultural no espaço online.

Carolina (F1) – Agora com o Facebook toda a gente tem uma página de cosplay no Facebook porque é uma plataforma rápida para se mandar informação, dá bastante jeito. Agora tenho publicado mais coisas aí também porque tenho um público maior, mas volta e meia faço contas em outros sites para meter fotos, falar e não sei quê. O DeviantArt (...) tenho usado mais para publicar fotografias. Mostro fatos, mostro o que

estou a fazer. O feedback das pessoas também é muito importante desde dizerem “acho que está muito giro continua assim” ou dar mais opiniões do género “ah não será que devias ter tentado desta maneira?”, faço perguntas “como é que acham que eu devo fazer tal coisa, qual é que acham que seria o material melhor”, “o que acham destes fato? acham que é giro acham que não devia fazer? acham que me ia ficar bem” é bastante mais próximo (...). Acho que acaba por ser uma plataforma de divulgação de conhecimentos, falar com outras pessoas que gostam da mesma coisa.

Eva (G1) – Na página do Facebook sinto-me muito mais à vontade para colocar qualquer tipo de foto por exemplo “ah acabei agora uma prop”, “ah isto agora está a secar” e meto. No DeviantArt é mesmo fotos sobre os resultados das sessões fotográficas, já manipuladas, já com o seu pedacinho de Photoshop, já retocadas e esse é um trabalho que eu tenho mais atenção em mostrar. As pessoas comentam. Basicamente são comentários do género “está muito giro ou muito engraçado” (...).

Tanto para a Carolina como para a Eva o Facebook é uma plataforma simples de estabelecer contacto com os fãs que fazem “Like” nas suas páginas e recebem regularmente, através do *feed* de notícias, as publicações (*posts*) mais recentes. Desde o progresso dos fatos que desenvolvem, fotografias e vídeos, gerando *feedback* e opiniões construtivas sobre os seus trabalhos. É, como afirma Carolina, uma forma de trocar conhecimentos com os restantes membros da comunidade e de conversar com pessoas que partilham o mesmo gosto. O DeviantArt, plataforma dedicada a várias formas de arte alternativa, é usado pela Carolina para colocar exclusivamente fotografias dos seus cosplays mais recentes, principalmente por permitir uma qualidade superior em termos de imagem ou, como no caso da Eva (G1), já editadas em Photoshop tendo um cuidado e rigor estético que considera relevantes. Tal como referido pelos entrevistados, também os dados de observação das páginas online confirmam, na generalidade, o uso tanto das páginas de fãs de Facebook e/ou de DeviantArt. Acrescentamos, recorrendo à análise das páginas online dos entrevistados, outros elementos que consideramos essenciais nas dinâmicas destas páginas de fãs.

O DeviantArt é uma plataforma composta por diversas categorias pré-estabelecidas pois permite a criação de um perfil mais personalizado, visível de imediato na página inicial (*Profile*) que funciona como uma montra dos trabalhos do cosplayer, desde as sessões fotográficas (*photoshoots*), uma biografia ou apresentação sobre a sua página e identidade (*Deviant ID*), a rede de amigos e grupos online a que pertence, e os seguidores (*Watchers*) ou pessoas que acompanham regularmente a sua página de artista. As galerias de fotos (*Gallery*) são onde estão expostos os trabalhos ou fotografias organizadas por álbuns ou temáticas (séries de animação, videojogos, tutoriais, fotos casuais, *work in progress*); Posters (*Prints*) compostos por imagens



selecionadas pelo cosplayer com fotos próprias ou de outros cosplayers; os Favoritos (*Favourites*) onde constam todas as imagens que o cosplayer gosta; e o Diário (*Journal*) composto por relatos diários da vida do cosplayer, habitualmente onde constam os registos das passagens pelos eventos, assuntos sobre o mundo do cosplay ou dos animes. O sistema de apreciação dos conteúdos revela uma maior segmentação quando comparado com o “Like” do Facebook: orientado desde o simples “gosto” passando pelo “neutro” e o “não gosto”, ilustrado com *emoticons* que dão ênfase ao gosto expressado. As páginas de fãs no Facebook são, actualmente, as plataformas predilectas para difusão de conteúdos, que ao contrário do DeviantArt permitem, para além de uma gestão mais personalizada, colocar uma maior pluralidade de conteúdos online. De um modo geral, a página de artista ou de fãs, serve como ferramenta de apresentação da identidade subcultural, onde consta uma biografia com o percurso do cosplayer na comunidade e os concursos dos quais participou. Outros, como no caso da Ana e da Mariana, apresentam uma listagem das aparições na televisão, imprensa e vídeos dos concursos em que participaram, colocados no YouTube. Os conteúdos da página são organizados consoante os objectivos que o cosplayer determina, a maioria dos entrevistados centra-se na difusão de fotografias dos *work in progress* (WIPs), discussão de potenciais personagens para futuro cosplay, vídeos de performances nos concursos (*skits*) em que participaram ou de outros cosplayers, e sugestões de lojas para comprar materiais. É em torno destes conteúdos que se desenvolve a dinâmica das páginas entre os fãs, escritos numa linguagem acessível tanto para o público português como estrangeiro:

MATERIAIS – “Darui's cleaver from Naruto. light, easy to swing around... I textured the edge of the blade so the waves would be more visible, and added some scratches to the main body to make it look a bit more battle-worn.”

COSPLAY - “SO, I have this pink wig for no specific characters. I've always wanted to make a Persona/demon from the SMT series. The only problem of this costume are the really bright colors that clash too much. My wig is dark pink, so the pink of the costume is probably gonna be way more subdued. Have to hunt for the perfect fabrics!

COSPLAY – “I'm really happy I was able to cosplay this amazing CLAMP character. Progress album (sword and school uniform) here on fb too! ^\_\_~”.

A partilha de conteúdos é alargada a outras plataformas como o YouTube. De todos os entrevistados, a Mariana é a única a usar o famoso site de partilha de vídeos para publicar conteúdos referentes ao cosplay:

Mariana (D2) – (...) Criei uma página do YouTube porque comecei a fazer vídeos, quer dizer eu não comecei a fazer vídeos mas comecei a pedir para me filmarem em photoshoots e fazerem tipo pequenos filmes a representar uma personagem, também para meter lá as entrevistas que eu faço e os aparecimentos nos eventos (...).

No Youtube partilha vídeos coreografados onde, ao som de músicas de bandas sonoras ou artistas de música japonesa, interpreta personagens de animação (designado de Cosplay Music Vídeos), para além de partilhar entrevistas e vídeos dos eventos onde esteve presente.

Também os blogs servem como espaços de partilha de conhecimentos, nomeadamente para explicação passo a passo dos cosplays que desenvolvem desde os materiais usados e os métodos de aplicação (tintas, tecidos, costura) exemplificados através de formato tutorial combinando texto e imagem. Ou, no caso da Diana, ainda existe espaço para “mais liberdade” desde partilhar imagens de figuras de animação que servem de inspiração para cosplay.

Diana (I1) – Tenho o meu blog que é sobretudo para mostrar trabalho em progresso tipo “estou a fazer isto, está a ficar giro” ponho lá fotografias. Eu gosto mais de usar o meu blog, dá-me mais liberdade.

Luísa (B3) - Tenho um blog onde eu explico como eu faço as coisas (...) Mas esse é em português porque tem procedimentos e tem materiais.

Iniciámos o percurso de exposição dos dados referentes ao universo online com o primeiro contacto que os jovens têm com a prática do cosplay. Como observado, a introdução à subcultura desenvolve-se num processo de interligação entre diferentes formatos de media (media mix) visível através do consumo de revistas dedicadas a outras culturas *geek*, como visto em (A1) e (B1), o visionamento de séries de anime na televisão (D1) e da pesquisa pela internet, nomeadamente nos fóruns de videojogos para, mais tarde, se estender à criação de fóruns temáticos de cultura popular japonesa e a grupos nas redes sociais online. Outros, como observado em (C1) têm o primeiro conhecimento da prática através de amigos que já pertencem à comunidade e ao cosplay. No desenvolvimento da comunidade temos, por conseguinte, o que Ito (2008) designa de práticas guiadas por interesse sendo o cosplay o principal motor das interações que se desenrolam online e constituem o primeiro momento de desenvolvimento de uma identidade grupal que se orienta por padrões relativos aos gostos que possuem em comum. Na construção de redes guiadas por interesse é, dos próprios fãs, que parte a iniciativa em construir pontos de encontro online como o fórum Anime Portugal onde discutem assuntos relativos à cultura popular japonesa e se

mobilizam em torno dos eventos e *meetings*. As páginas de fãs do Facebook ou DeviantArt possibilitam a construção de uma identidade performativa, subcultural, que estrutura as amizades, permite a exposição do trabalho e da imagem pessoal online principalmente entre membros da comunidade. Para além da exposição da imagem estas plataformas servem como veículo para partilha de conhecimentos e troca de ideias sobre a execução dos fatos com outros praticantes e outros aspectos sobre a cultura anime, evidenciando o carácter social do cosplay em espaço online, sendo o grupo Cosplay Portugal constituído por uma inteligência colectiva como assinala Jenkins (2006) onde cada membro contribui com a experiência adquirida através da pesquisa e da interajuda entre pares, desenvolvendo as capacidades individuais e a própria comunidade online. Neste contexto, a criação de um perfil e de grupos assume um duplo papel: um assente na construção de um projecto identitário individual, o outro relacionado com uma identidade grupal que contribui para a difusão de conhecimento na comunidade. As redes sociais online facultam, para os cosplayers, as ferramentas para que explorem a identidade online através de um elevado grau de participação, activos no processo de produção de conteúdos desde fotografias, vídeos, tutoriais, criação de blogs e formação de redes de partilha de conhecimento assente na prática *Do-It-Yourself* como refere Jenkins (2006). O cosplay pode ser designado como uma prática eminentemente hipersocial em conformidade com a ideia de Ito (2007) que define estas práticas essencialmente através da partilha de fluxos de informação e conhecimento tanto online nos grupos e páginas de Facebook, como offline nos eventos. No caso do cosplay enquanto prática guiada por interesse observamos uma intersecção com a estruturação das amizades, algo que se inicia com um interesse e acaba por se desenvolver na construção de novas redes de amizade tal como registado no excerto (B2), e que não são somente limitadas à esfera do cosplay enquanto prática mas transparecem em outras actividades de lazer e encontros no quotidiano juvenil, tal como referido no excerto (F2).

Carolina (F2) - Como qualquer grupo de amigos, para além de ir aos eventos costumamos sair à noite, ir a festa de anos, ir beber uma cerveja não sei onde, ir para o bairro alto... coisas normais de amigos, festas e coisas assim.

Nas secções seguintes abordamos os primeiros momentos de aprendizagem no cosplay. Onde adquirem o conhecimento; os materiais; as competências que advêm do seu uso; os gostos e elementos de distinção, e a participação em eventos.

### 2.3 Do-it-Yourself: Aprendizagens, consumos e identidades

Rafael (A2) - Foi tudo sozinho. Fazer cosplay nada mais é do que criar, nada mais é do que fazer roupa dos moldes ditos normais mas com moldes específicos. Vamos imaginar que a personagem tem um casaco comprido, “okay pegamos no casaco comprido e vemos como ele é feito”, agora vamos buscar tecido, vamos ver como se cose e vamos aprender a usar uma máquina de costura, e começamos a construir a partir daí numa base *do it yourself*, neste caso há 10 anos atrás, em 2003, não havia nada. Foi por isso que eu construí um portfolio de técnicas e de *know how* (...) agora em termos de eventos há workshops, agora a facilidade e quantidade de informação que circula na rede é incrível, tu podes facilmente aprender o que quiseres na rede tens lá de tudo! seja em termos de moldes, técnicas de costura, tutoriais no YouTube (...), Google.

Ana (E2) – (...) eu na altura em que descobri o que era o cosplay eu não sabia costurar nada, zero, então andei à procura de uma escola de costura e inscrevi-me em aulas. Andei em aulas cerca de dois anos e agora estou a fazer sozinha os meus cosplays, aprendi lá tudo o que sei de costura até hoje e agora tento evoluir por mim mesma, de vez em quando toda a gente pede uma ajuda ou vê uns tutoriais na internet ou troca ideias com algum colega do cosplay (...), muitas vezes participo em workshops para saber mais.

No excerto (A2) os primeiros momentos de aprendizagem iniciam-se através da autoaprendizagem que o Rafael ilustra através da desconstrução minuciosa de peças de vestuário e das técnicas usadas para a sua construção. A prática desenvolve-se pela experimentação e utilização de ferramentas como a máquina de costura possibilitando a construção de um “portfólio de técnicas” adquirido ao longo dos anos. A internet é outro dos espaços de procura de informação desde o Google, passando pelo visionamento de vídeos instrutivos no YouTube. No caso da Ana, (E2) a escola de costura foi o primeiro passo a dar na obtenção de técnicas que permitiram fazer os primeiros cosplays embora, actualmente consulte tutoriais na internet e partilhe informação com outros praticantes. Os workshops de cosplay nos eventos de cultura popular japonesa representam outro ponto de partilha de conhecimentos, facultando técnicas de fabricação dos fatos, máscaras, maquilhagem, construção de réplicas e acessórios (*props*) e técnicas de costura. Noutros casos, a obtenção de novos conhecimentos surge da partilha com os familiares, nomeadamente os avós como no caso de Mariana e Diana:

Mariana (D3) – A minha avó é costureira profissional, então desde pequena que eu vou à casa dela e a vejo costurar. Eu sou muito...eu aprendo por ver, apesar de, obviamente eu pedir umas aulas à minha avó. Ela prefere pegar nas coisas e fazer e eu prefiro estar a ver, a aprender. Mas pronto, ela ensinou-me basicamente tudo o que sei (...) Agora sou eu que faço, obviamente que ainda peço conselhos à minha avó em termos de tecidos, em termos de moldes, porque eu não gosto muito de fazer moldes. Foi basicamente com a minha avó e também assim a internet agora hoje em dia

oferece tutoriais variados sobre materiais, sobre como costurar e há vídeos no YouTube.

Diana (I2) – A minha avó em termos de costura sabe os básicos, como usar uma máquina de costura e ensinou-me. Às vezes também levava alguma amiga dela que sabia fazer outras coisas como pregar um fecho e assim. Mas a maior parte das coisas que eu aprendi foi mesmo...ou tudo online ou trocar impressões com amigos (...) Google, YouTube, pronto é sempre nessa área. Eu vou a vários, tenho o *Burda Style* que é uma revista de costura que também tem site e muitas vezes tinha lá moldes grátis que ajuda bastante quando estamos a aprender as bases.

Em ambos os excertos (D3) e (I2), um dos primeiros momentos de aprendizagem surge da troca intergeracional de conhecimento com os avós. O facto de ter à disposição uma avó costureira profissional, possibilitou à Mariana a obtenção das técnicas de costura essenciais para o seu percurso como cosplayer. Também Diana se serviu do conhecimento de costura que a avó possuía para aprender a dominar os básicos.

Contudo, a internet continua a ser a ferramenta de eleição para a pesquisa de tutoriais e continuação da aprendizagem, servindo-se dos motores de busca como o Google ou o visionamento de vídeos no YouTube para expandir conhecimentos. As revistas de costura como a *Burda Style* que possuem site são, no caso de Diana, outro dos meios de aprendizagem das primeiras bases técnicas sobre costura. Embora os tecidos representem somente parte da realidade dos praticantes, outros materiais de difícil manuseamento como os de bricolage são os eleitos quando a complexidade do fato envolve a fabricação de armaduras, espadas ou outros acessórios.

Mafalda (C2) - Um dos materiais mais usados por cá são as folhas de espuma macia: Moosgumi, EVA...como nós não temos por cá muito acesso a materiais, é das coisas mais usadas, é barato e fácil de trabalhar (...) Resinas já experimentei; PVC; Polipropileno (...) Um material pelo qual eu estou extremamente apaixonada é um material termoplástico chama-se Worbla, é ótimo para fazer armaduras e eu adoro armaduras, adoro acessórios (...) geralmente procuro em papelarias... primeiro faço a pesquisa na internet, vejo onde é que há, vou às lojas, (...) procuro em sites da internet onde geralmente consigo a um preço mais baixo.

Eva (G2) – (...) basicamente são tecidos, material de papelaria como os polipropilenos, a borracha EVA. Os plásticos e a EVA basicamente, são agora os que uso mais. Mas para fazer uma espada já precisamos de ir ao Maxmat, ao AKI ou ao Leroy. Já não é madeira é também arames, é berbequins, é tico-tico [serra de recortes].

A obtenção de matérias-primas para a construção de fatos mais complexos é geralmente adquirida em lojas menos convencionais como as papelarias de arte (Fernandes) e as lojas de construção e bricolage como o AKI, Leroy Merlin e Maxmat. Outros cosplayers, como a Mafalda (C2), preferem também encomendar alguns destes materiais online onde o preço mais acessível é um factor determinante na compra.

Todavia, sendo os tecidos a compra mais habitual para a confeção dos fatos, são as lojas em Lisboa e não tanto as lojas online que predominam na escolha:

Mónica (J1) - Até porque eu gosto de mexer, de ver o brilho, a textura, se é elástica. Dantes íamos só a Setúbal, mas vimos que aquilo não tinha muita variedade, então agora quando posso vou à Feira dos Tecidos em Lisboa.

Luísa (B4) – (...) eu gosto de sentir o tecido. Eu uso porque acho que fica bonito e porque ao toque é aquilo que eu quero portanto isso pela net seria complicado e podia vir alguma coisa que eu não queria. Em termos de tecidos temos as lojas de tecidos normais, na Baixa há muitas, também há em Campo de Ourique, em Cascais. Também gosto de ir ao AKI e Leroy para encontrar tubos de PVC com 3 metros, brocas, berbequins, cola quente, pecinhas que uma pessoa nunca se lembraria de usar, mas olhando para ali tu tens de ter uma imaginação para fazer um fato... porque há coisas que tu olhas para a imagem de referência e ainda por cima em animes (...) na animação japonesa eles fazem fatos que uma pessoa não sabe do que é aquilo feito ou nem sabe o que é porque são tecidos e asas gigantes, auréolas...pronto coisas mais de fantasia. Então nós temos de ter uma imaginação incrível para tentar fazer aquilo do papel para a vida real.

As lojas de tecidos constituem um dos principais circuitos de compra desde a Feira dos Tecidos na Baixa de Lisboa e as lojas no Martim Moniz e Campo de Ourique. Algo que tivemos oportunidade de presenciar no decorrer das observações etnográficas. As compras são habitualmente feitas em grupo, com os amigos, onde o critério de escolha dos tecidos se baseia, como demonstrado nos excertos (J1) e (B4), no palpar para testar a textura dos tecidos, a cor que melhor se adequa à imagem de referência (personagem), e o preço. Por outro lado, o domínio das ferramentas e dos materiais que são usados para a fabricação dos fatos requerem, como refere a Luísa, “uma imaginação incrível” na tentativa de “fazer aquilo do papel para a vida real”. O processo de escolha da personagem de animação para a forma material que adquire através da manipulação criativa dos materiais exige previamente uma identificação e afinidade com a personagem.

Ana (E3) - Eu no geral sinto-me mais atraída por personagens mágicas ou guerreiras, que sejam mulheres fortes (...) tento sempre fazer de personagens que eu gosto, pela personalidade. Tento sempre juntar o fato e a dificuldade com a personagem, (...) eu penso, sobretudo na altura do palco, quando nós sentimos uma afinidade ou nos sentimos bem em representar a personagem que escolhemos é muito mais fácil do que ir com algo que nem estamos para aí virados, não vale a pena, isso nota-se no produto final.

Diana (I3) - Eu normalmente identifico-me mais com as problemáticas das personagens. Por exemplo, a personagem está a ter um problema que eu também já o senti mas achar que sou igual à personagem não.

Mariana (D4) - Para mim a personagem que me assenta que nem uma luva, e algumas pessoas já me têm dito isso (...) é a Sheryl Nome de *Macross Frontier*, é uma cantora

intergaláctica. (...) personalidade dela é muito parecida com a minha, ela mete uma máscara para não ser magoada pelas pessoas e é uma máscara mais dura, mais diva (...) não precisa de haver o *click* para eu ser a Sheryl, eu automaticamente sou.

No excerto (E3) para além da identificação necessária com personagens que apresentam características conotadas com a fantasia ou misticismo, é preciso aliar a capacidade técnica de fabricação de um fato com a representação de uma personagem tornando a experiência mais entusiasmante. Por outro lado, ao contrário da Ana, Diana (I3) prefere a identificação, não com personagens mas sim com as suas problemáticas excluindo, aparentemente, qualquer afinidade com atributos físicos ou emocionais. No caso da Mariana (D4) a identidade da personagem é semelhante à sua e reforça-a afirmando: “eu automaticamente sou”, que serve como alicerce para a construção de uma identidade performativa, ou uma identidade “diva” que, servindo-se de atributos da personagem, constituem uma máscara social ou uma fachada que tem a sua raiz no desenvolvimento das sociabilidades e interações entre membros da comunidade cosplay.

Carolina (F3) – (...) quando me identifico com uma personagem, normalmente são com personagens que têm qualidades ou defeitos que eu não tenho. Gosto bastante de personagens extrovertidas e maldosas e fortes mesmo nas lutas e assim. Gosto desse tipo de personagens porque são coisas que eu não sou (...). É um escape das coisas que tenho de fazer todo o dia e é uma forma de diversão com os meus amigos que também fazem cosplay.

Luísa (B5) – (...) gosto de fazer as personagens principalmente porque elas não são parecidas comigo. Porque acho que tem muito mais piada fazer-se de uma personagem que não é parecida contigo porque tens a liberdade toda e aí sim tu tens a desculpa de poder ter outra personalidade que no dia-a-dia não tens.

Mónica (J2) - Eu sou uma pessoa mais reservada e há muitas personagens que também são assim mas...não sei...é complicado, há tantas personagens que às vezes mesmo que não estejam relacionadas com a minha personalidade posso ser um bocadinho diferente e isso também é agradável.

Se anteriormente um dos factores essenciais para a escolha de uma personagem era a identificação com a sua personalidade, o emocional ou as suas problemáticas, nos casos apresentados a identidade é escolhida por demarcar claramente uma oposição relativamente à sua identidade pessoal. Tanto para a Carolina, a Luísa e a Mónica interpretar uma identidade oposta é uma oportunidade para representar um papel alternativo, fantasista, que sugere uma forma de escapismo ao quotidiano e temporariamente “ser diferente” e partilhar a experiência socialmente, nos eventos, com os amigos da comunidade cosplay. Por outro lado e, embora cientes da dificuldade ou da quase impossibilidade em transpor a imagem de referência para o formato do seu

corpo, a aproximação estética é na generalidade dos entrevistados um dos critérios a ter em conta no momento de escolha da personagem.

Rafael (A3) - Quer dizer em termos de construção do próprio fato obviamente que sim. Nós estamos a tentar recriar a personagem, há liberdades artísticas que se podem tirar. Temos de perceber o que resulta na ficção e o que resulta na vida real. A questão da aproximação física...é complicada, leva a dramas (...). Mas o cosplay é uma actividade que vive com padrões estéticos muito parecidos aos da moda *mainstream* (...) a personagem é mais magra, ou se é um tipo mais musculado, não vai ser um sujeito mais gordo que vai fazer com que a personagem resulte muito bem.

Eva – (G3) (...) para mim isso não interessa. Mas temos de ser sinceros, porque quando chegamos a uma competição vamos favorecer quem tiver mais parecido e pronto eu sou condescendente, a mim não me faz grande diferença mas quando se está a avaliar e a comparar com outras personagens temos de dar mais ênfase à pessoa que está mais parecida. (...). Mas se for eu a escolher um fato para mim eu tento não fazer um bocado...não é bem figura de parva mas pronto não vou...reconheço que o meu físico é assim desta forma não me vou envergonhar a vestir coisas mais decotadas.

Mónica (J3) - O mais importante no cosplay é mesmo as pessoas divertirem-se. Mas claro que fica melhor quando uma pessoa faz de uma personagem que não seja muito contraditória ao corpo dessa pessoa, fica sempre um pouco estranho.

Para o Rafael, o pormenor estético deve residir principalmente na fabricação de um fato, ao mesmo tempo, reconhece que um físico semelhante ao da personagem é um factor preferencial estabelecendo uma comparação com os padrões estéticos da moda “mainstream” dos quais o cosplay, segundo ele, também vive. Esta ideia inicial é espelhada através da criação de binarismos que assentam na comparação entre o corpo da personagem e o corpo pessoal (sujeito gordo/personagem magra) que são incompatíveis na obtenção de uma estética ideal, o mais fiel possível à personagem.

Já a Eva atribui a importância da aparência física com uma personagem em termos similares aos do Rafael, embora aqui o contextualize nas competições ou concursos de cosplay onde os participantes são avaliados segundo critérios pré-estabelecidos, desde a representação e identidade com uma personagem, a técnica e os materiais usados na confecção do fato. Embora a Eva transmita a ideia de não se importar com as comparações demonstra, ao mesmo tempo, um carácter auto reflexivo preferindo *a priori* não adoptar uma personagem cujos traços físicos se distanciam da sua forma corporal. Para a Mónica, o importante é a diversão que reside em fazer cosplay, no entanto, considera que deve existir, preferencialmente, uma semelhança entre ambos os físicos correndo o risco de ficar “sempre um pouco estranho”.

Carolina (F4) - Não acho que seja muito importante. Acho que em termos de cosplay nós temos sempre de adaptar ao nosso corpo porque ninguém tem...é quase impossível uma pessoa ter o corpo que as personagens têm porque as personagens são



sempre perfeitas praticamente. Acho que nós temos de tirar proveito do que nós temos de bom e do que nós gostamos do nosso corpo e adaptar isso o mais fielmente possível. E às vezes há cosplayers que não têm nada a ver com a personagem que estão a interpretar mas a maneira como fizeram o fato e como se apresentam faz com que um cosplay seja bastante bom.

Diana (I4) - É preferível fazer uma personagem que seja parecida conosco mas não é obrigatório. Há muitas pessoas que não são fisicamente iguais às personagens mas mesmo assim conseguem interpretá-las, fazer fatos que ficam muito bons, tipo é uma questão de amor à personagem. Uma pessoa que é mais gordinha pode fazer uma interpretação espectacular de uma personagem que não tem nada a ver com ela mas tu conseguiste sentir aquela personagem em palco.

Perante a impossibilidade de obter um nível de semelhança físico próximo de uma personagem, tanto para a Carolina como para a Diana é necessário adaptar a personagem o mais fielmente possível através do fato e da representação em palco.

Neste sentido, a performance e a fabricação do fato são uma “questão de amor à personagem” como refere a Diana, salientando a dimensão afectiva da prática ao invés do foco num padrão de corpo inatingível que pertence somente aos imaginários do mundo da ficção. O cuidado estético evidenciado é também usado como marca de distinção entre membros da comunidade, exemplificado através de vários tipos de participação que abrangem desde o cosplayer que participa em competições, ao cosplayer que encara a prática apenas para diversão e convívio.

Ana (E4) - Eu penso que é um bocado como em todas as realidades, e há muito aquela coisa dos melhores porque já ganharam mais coisas ou porque têm fatos mais complicados (...). Mas sim acho que há muitas distinções não só...acho que sobretudo no cosplay faz-se a partir do trabalho e do aspecto que a pessoa transmite, (...) a distinção faz-se sobretudo disso, das coisas em que já participámos, prémios que já ganhámos, fatos que já fizemos, é sobretudo em termos de trabalho penso eu.

Diana (I5) - Eu pelo menos faço a minha distinção que é os cosplayers de competição e os cosplayers por diversão. Os de competição são aqueles que fazem os fatos com todo e mais algum pormenor e demoram imenso tempo para os fazer. Os de diversão estão lá no evento para se divertir nem se metem no concurso, só lá estão para estar com os amigos.

Um dos aspectos de diferenciação reside no nível de participação dos praticantes que, segundo a Ana, se categoriza em várias dimensões como os prémios ganhos em concursos, a quantidade de trabalho e de complexidade dos fatos e do aspecto visual final que serve como etiqueta para designar os “melhores”. Os “cosplayers de competição” como refere a Diana, são os que se enquadram no contexto ilustrado pela Ana, que possuem uma maior atenção ao detalhe na execução dos fatos e acessórios. Já os “cosplayers de diversão” não são contextualizados na mesma categoria de participação pois o objectivo principal, segundo a Diana, é a diversão e o convívio com

os amigos no evento. No entanto, outras características como as tendências e os gostos são factores de distinção entre os membros.

Rafael (A4) - Há aqui sempre uma pessoa que predomina na tribo e que fez este cosplay e eu também quero fazer, é um pouco assim.

Mariana (D5) – (...) as séries de grande afluência e que as pessoas vêem todas normalmente há tendência para se juntar um grande grupo dessa série e essas são as maiores conversas, por isso é que também já agora na revista Cosplayer E-zine temos já uma parte que é as tendências de cosplay (...).

As tendências espalhadas na comunidade surgem do sucesso e mediatização que têm no seio da comunidade cosplay e que surge como pretexto para combinarem grupos centrados numa série de animação específica. A revista Cosplayer E-zine, que também é constituída pela participação de membros da comunidade cosplay, é outro dos meios que, através de edições trimestrais, traz até à comunidade as últimas tendências da cena cosplay, nacional e internacional, como as séries, a apresentação de cosplayers estrangeiros e nacionais, reportagens sobre eventos e os vencedores dos concursos.

Contudo, como refere o Rafael aludindo a uma figura de “líder da tribo”, as tendências surgem da influência que cosplayers mais dominantes ou “famosos” na comunidade adquirem pela exposição e participação regular nos eventos através dos concursos, nível de mestria na concepção dos fatos e nas representações. E online pela página de fãs onde colocam regularmente conteúdos desde as fotografias dos eventos, e trabalhos que desenvolvem. Embora as tendências sejam um dos factores que contribuem para a construção do gosto entre os membros da comunidade, a maioria dos entrevistados não se considera influenciável às modas nem à partilha de gostos em comum com outros amigos.

Carolina (F5) – (...) às vezes se viram uma série muito boa dizem que gostaram, dizem para eu ir ver e às vezes gosto mas...de resto acho que não sou muito influenciável.

Diana (I6) - A nível de séries não me influenciou muito porque eu tenho uns gostos um bocado diferentes deles.

Rafael (A5) – (...) influência é capaz de ser um pouco difícil porque eu tenho um certo gosto muito estrito e é isto que eu gosto e pronto, se gostar de mais alguma coisa vou ver. Não sou muito de modas (...).

Nos três excertos existe uma tentativa de estabelecer um gosto individual apesar de a troca de opiniões de séries de animação e manga ser prática recorrente, cada um dos entrevistados possui um gosto heterogéneo mantendo um distanciamento relativamente à existência de um gosto colectivo ou homogéneo na comunidade, acentuando o

carácter individual da sua identidade subcultural. Contudo, o gosto de séries em comum é também um dos motivos para fazer cosplay e participarem nas categorias de grupo nos concursos. No período que antecede os eventos também o nível de dedicação na elaboração de um fato é sujeito a vários critérios consoante o objectivo que o praticante pretende, seja participar num concurso ou simplesmente “andar pelo evento”.

Luísa (B6) – (...) depende também do objectivo do fato. É para concurso ou não é para concurso? Se for para concurso é obvio que tenho mais exigências e muito mais pormenores, tem de ficar bonito por fora e por dentro, porque eles querem ver como estão as costuras (...) Tenho a preocupação de encontrar tecidos, encontrar cores, objectos que sejam mais parecidos com a imagem de referência porque vai ser avaliado, enquanto se calhar um fato que eu for usar só para fotos ou um evento qualquer já não tenho tanta preocupação (...).

Mafalda (C3) - Tento sempre meter o máximo de empenho em cada fato, nos pormenores, gosto de coisas muito detalhadas (...) é uma questão de brio.

Mariana (D6) – (...) Eu como gosto que os meus cosplays (...) pronto tenham o nível de excelência que eu quero, se eu faço um cosplay eu também gosto de ser notada por aquilo que eu faço, eu dou muita atenção aos pormenores, adiciono mesmo coisas para o meu fato ser diferente de outros do mundo inteiro. Cosplay não é só copiar uma imagem, tens de ter um toque teu, tens de ter coisas diferentes (...)

No caso da Luísa, o nível de detalhe e de exigência na confeção de um fato depende do objectivo que pretende para o evento. Um fato fabricado tendo em vista a participação num concurso tem um maior nível de exigência e de atenção ao detalhe por ser sujeito a avaliação por parte de um júri. Um fato cujo objectivo seja somente exhibir durante o tempo de duração do evento, a conviver com outros participantes, tirar fotografias com outros cosplayers e frequentadores do evento, a atenção ao pormenor acaba por ser diferente mas nunca menos relevante. Para a Mafalda e a Mariana, a execução de um fato é um factor de distinção e de gosto independentemente se a participação tenha como objectivo um concurso ou somente a exibição durante o evento. No entanto a Mariana ressalva que a personalização de um fato é também uma maneira de deixar uma marca pessoal e distinta de todos os outros cosplayers construindo “coisas diferentes”. Para os participantes o cosplay é também um modo de aprender a conviver em comunidade, e a desenvolver novas competências relacionadas com a organização de eventos.

Rafael (A6) – (...) eu tenho um conjunto de competências a nível profissional que sem o cosplay não teria, como a minha aprendizagem enquanto organizador de eventos, enquanto relações públicas, a minha valência a gerir situações de crise (...)

Ana (E5) – (...) como em todas as comunidades aprendemos a lidar socialmente com as pessoas porque é uma comunidade e nós temos de nos adaptar a ela (...) aprendi

muitas coisas com pessoas que fazem parte da comunidade, aprendes não só a ver os trabalhos delas como com algumas conversas que temos sobre o assunto e numa experiência mais profissional também adquirimos algum conhecimento a lidar com organização de eventos.

Eva (G4) - Aprendi a ser social basicamente (...) tolerante, a fazer amigos, a aprender que é uma coisa maluca, de tudo, desde fazer espadas, fatos enormes.

Ao pertencer à comunidade o Rafael e a Ana, acabam por desenvolver competências profissionais relacionadas com a participação também como organizadores de eventos ligados à cultura popular japonesa. Socialmente, como observado em (E5) e (G4) a aprendizagem estende-se desde a troca de ideias e conhecimentos artísticos com outros praticantes até à gestão e desenvolvimento das relações interpessoais na comunidade.

Enquanto as aprendizagens, a vida online e as convenções de fãs são elementos comuns na vida diária dos cosplayers, para outros como a Mariana, o cosplay ocupa uma parte significativa do seu quotidiano.

Mariana (D7) - Eu não vejo a minha vida neste momento sem cosplay, (...) apesar de eu pensar noutras coisas, mas é basicamente a explicar por poucas palavras “eu levanto-me a pensar no cosplay e eu deito-me a pensar no cosplay” eu planeio o cosplay, eu planeio os *skits* [representações], planeio os vídeos com os meus amigos (...) faz mesmo parte da minha vida e gostava de fazer algo mais profissional do cosplay não tanto por mim mas mais pela comunidade.

No excerto (D7) observamos que, para a Mariana, o cosplay é uma parte constante na sua vida, desde o planeamento dos vídeos, dos fatos e das representações, ilustrado pela frase “eu levanto-me a pensar no cosplay e eu deito-me a pensar no cosplay”. Todavia a “profissionalização” da actividade é também um dos seus objectivos, algo comparável com a cena cosplay internacional como nos Estados Unidos onde os participantes mais conhecidos atingem um estatuto de “imagem de marca” pela exposição nas redes sociais, nos eventos, na promoção de videojogos e alguns desenvolvendo linhas de produtos para cosplay para vender online. Sendo grande parte do tempo centrada na concepção de todos os elementos relacionados com o cosplay, desde o fato e a representação que inclui a componente multimédia preparada (vídeo que acompanha a performance) e elaborada pelos praticantes, o momento chave são os eventos.

Os eventos ou convenções de anime e cultura popular japonesa como são habitualmente designados são, por excelência, espaços dedicados à convivialidade e a múltiplas microculturas que englobam diferentes públicos, pois não só do cosplay gravitam as actividades que se desenvolvem em torno dos eventos. Ao longo do percurso etnográfico tivemos a oportunidade de vislumbrar diversos eventos e as suas

actividades, sendo os mais populares o Iberanime LX 2013 e o Anicomics. De carácter eminentemente comercial, o Iberanime, considerado o maior evento do género, posiciona-se como o evento de animação e cultura japonesa para toda a família. O ambiente, de considerável dimensão espacial (Pavilhão Tejo no Parque das Nações) encontra-se organizado em bancas (de várias marcas) dedicadas à venda de *merchandising* desde bandas desenhadas e mangas (tanto ocidentais como orientais), dvd's de animação, videojogos, venda de roupa e acessórios mais dedicados ao *pop* contemporâneo japonês; tal como a sua vertente cultural mais tradicional como a demonstração de artes marciais (Kendo, Karaté e Aikido), a gastronomia, e a caligrafia.

O Anicomics, de dimensões espaciais inferiores (Biblioteca Municipal Orlando Ribeiro em Lisboa) é outro dos eventos de referência principalmente com foco cultura de banda desenhada americana, portuguesa, e oriental. Também dedicado a torneios de videojogos, concursos, workshops de cosplay, performances de dança, e venda de *comics* e mangas. Outros eventos de menores dimensões como o Asian Culture Party, Anifest e Midori são eventos que partem da iniciativa de fãs da comunidade de anime e cosplay que, embora apresentando um rol de actividades menor, movimentam os fãs de várias culturas geek, desde cosplay, videojogos, *trading card games*, e anime.

O ponto alto dos eventos são os concursos de cosplay onde em vertente competitiva ou só de desfile para exibir os fatos, os participantes demonstram o trabalho elaborado ao longo dos últimos meses através de demonstrações comumente limitadas à duração de um minuto (ou mais consoante o regulamento dos concursos) onde no palco a dimensão teatral da prática é espelhada com elementos coreografados desde dança, humor, e drama. Uns que enquadram a história da personagem e a animação escolhida, outros que seguem somente a criatividade inventiva do praticante sem qualquer regra ou conotação com a narrativa das séries de animação, ilustrado regularmente com paródias usando as personagens. Online as páginas dos eventos no Facebook servem como veículo de informação sobre as actividades que ocorrem durante a duração do evento.

São espaços abertos aos fãs onde após os eventos se partilham as fotografias tiradas entre participantes e se procuram pessoas que conheceram fazendo “tag” na imagem auto identificando a sua página de perfil pessoal.

FOTOS – “Aqui está o álbum do Sora pessoal! Se estiverem aqui identifiquem ou se conhecem identifiquem também se faz favor! “

FOTOS - “Alguém conhece a rapariga de kimono? Ela tirou-me uma foto, gostava de a ter... Já agora, alguém tem alguma foto do momento em que fui ao palco ajudar as maids (...)”

Na segunda parte do capítulo II, a análise teve como foco o percurso dos praticantes no desenvolvimento de novas aprendizagens que surgem da participação na subcultura cosplay. Como observado, os primeiros momentos de aprendizagem iniciam-se através da experimentação com os materiais e o estudo de técnicas de costura, de confeção de tecidos e construção dos moldes. Para outros cosplayers a aprendizagem acontece através da troca de conhecimento intergeracional com elementos familiares. A apropriação e configuração destes materiais num trabalho novo e original são congruentes com a ideia que Stockburger (2012) define como uma cultura de elevada participação. O consumo de matérias-primas adquiridas em lojas de bricolage como a Leroy Merlin, o AKI ou o Maxmat são alvo de uma personalização tendo como objectivo a construção, armaduras e acessórios referentes a uma personagem escolhida previamente. A internet é o meio privilegiado de obtenção de conhecimento através da pesquisa de tutoriais que procuram pelo YouTube e no Google. Outros conhecimentos surgem por via de meios tradicionais como a revista de costura *Burda Style* que fornece conhecimentos básicos para se iniciarem na criação de peças de vestuário.

Ora, desta manipulação dos materiais estamos perante o que Campbell (2005) define como um “consumidor artesão” visto não como agente passivo das forças do consumo mas como elemento activo e participante na construção da forma material da personagem, símbolo da criatividade individual. Este processo encontra-se em conformidade com a ideia de produção textual e semiótica de Fiske (1992), pois a construção dos elementos que compõem o produto final, como os fatos, e também a criação e partilha de tutoriais, circulam somente entre os membros da comunidade e não têm como objectivo fins económicos; e a produção enunciativa, gerada através da troca de conhecimentos sobre cultura popular japonesa e a construção dos cosplays tanto online como nos eventos. Nesta fase de criação, os praticantes encontram-se envolvidos no que Lamerichs (2013) designa de “processo afectivo” que se inicia com a escolha da personagem e dos produtos que lhe conferem dimensão material. Como observado anteriormente, e segundo a ideia de Grossberg (1992) esta escolha desenvolve-se na construção de afinidades identitárias com as personagens ou com as suas experiências de vida. Neste contexto, segundo argumenta Gee (2007) a identidade é considerada projectiva, ou seja, existe a busca pela identificação com a personalidade da

personagem, os valores e a estética. Por outro lado, como vimos, a escolha de uma personagem surge por oposição identitária, estabelecida através de um contraste entre a identidade da personagem e a identidade pessoal. Em ambos os casos a identidade é considerada reflexiva, pois são os participantes os agentes activos na adopção das características que se propõem representar, uns para homenagear a personagem, outros como forma de escapismo ou experimentação identitária.

Os elementos de distinção como a estética e o nível de semelhança com a personagem fazem parte da construção do que Thornton (1997) designa por capital subcultural, demonstrado pelo nível de mestria na confeção dos fatos, na participação activa na comunidade como entrar nos concursos de cosplay, apresentar diariamente novos projectos e que serve para etiquetar este género de participantes de “cosplayers de competição” (I5) onde predominam os que são categorizados de “líderes da tribo” (A4) em contraste com os “cosplayers por diversão” que frequentam os eventos na base do convívio e no desenvolvimento de amizades. O nível de semelhança estética com uma personagem é outro dos factores de distinção que funciona, como observámos, pelo grau de comparação entre corpos (personagem/real) e através da criação de binarismos que definem um cosplay como autêntico ou próximo da imagem de referência. Em conformidade com Miles (2011), os consumos dos praticantes servem como reforço da sua identidade e de um gosto tribal que circula entre os membros da comunidade, símbolo de uma cultura de consumo global, para além de ser estruturante das sociabilidades grupais como refere Henriques (2004).

Por outro lado, como visto anteriormente, o gosto é também heterogéneo e individualista, formador de uma identidade simultaneamente plural e singular, como designa Lipovestky (2010). Neste sentido, os padrões de gosto servem como marcadores de uma identidade única que se distingue através de oposições binárias entre o “eu” e o “outro” como referem Silva (2005) e Woodward (2005) afirmada pela obtenção de bens que rodeiam a cultura popular japonesa e identificam o praticante como pertencente a uma comunidade com os seus aspectos culturais particulares. Nos eventos, os concursos são o momento privilegiado para o que Gn (2011) designa de simulação identitária onde temporariamente são demonstrados os meses de trabalho na construção do cosplay através da representação e do vídeo que acompanha a performance. Em conformidade com a ideia de Willis (1990) os elementos dramaturgicos como a dança, a representação, o humor e o *story-telling* são componentes que demonstram a criatividade simbólica que advém da manipulação ou

subversão do universo da personagem. A performance de uma personagem em palco é um dos momentos de *empowerment*, como refere Fiske (1992) culminando no reconhecimento do trabalho do cosplayer e na apreciação pública entre os membros da comunidade.



### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a operacionalização de todo o “*apparatus*” conceptual proveniente do estudo das subculturas, pretendemos, em última análise, tecer algumas considerações justificando o uso do conceito de subcultura reconceptualizado por Hodkinson (2002) neste trabalho, ao invés da sua vertente tradicional oriunda do pensamento marxista da Escola de Birmingham, ou da noção pos-subculturalista de neo-tribo defendida por Bennett (1999) que invoca uma dimensão mais fragmentada das identidades e das formações grupais no contexto de uma cultura de consumo pós-moderna.

No contexto de análise do cosplay não consideramos relevante o enfoque excessivo em teorias centradas numa leitura do estilo e da expressão subcultural assentes na resistência a uma cultura dominante ou onde a autenticidade é um valor que espontaneamente emana dos próprios indivíduos e do grupo. Nem consideramos estas formas de expressão artística como o cosplay uma tentativa de subversão simbólica a uma cultura de consumo considerada inautêntica ou que visam uma solução “imaginária” a contradições socio-económicas. Nesta perspectiva, as formações grupais eram vistas como estáticas, “cristalizadas” em torno da adopção de um estilo particular, impondo uma visão holística sobre as identidades subculturais. Numa leitura pós-subcultural, conceitos como neo-tribo denotam uma condição mais flexível e dinâmica das identidades nas sociedades ocidentais contemporâneas, mais próxima da ideia de identidade defendida ao longo do trabalho no contexto do cosplay. Contudo, o mesmo conceito enfatiza um suposto carácter superficial e instável das afiliações nas sociedades modernas que, para o nosso estudo, é descartado por ser conceptualmente inviável e incompleto para uma análise da comunidade cosplay.

A alternativa teórica que julgamos ser a mais exequível e próxima de uma descrição mais completa da realidade cosplay é a reformulação do conceito de subcultura por Hodkinson (2002). Como visto anteriormente, na revisão bibliográfica, o conceito assenta em quatro vectores de análise que nos permitem determinar a substância de uma subcultura. Ao enquadrar o cosplay no vector *identidade*, descobrimos que o sentimento que envolve os cosplayers na comunidade nasce do sentido da partilha de gostos em comum relacionados com a cultura popular japonesa desde as séries de animação às mangas e que permite estabelecer a construção de uma identidade colectiva, reforçada pela criação de grupos online como o Cosplay Portugal ou fóruns como o Anime Portugal. Os eventos são, por conseguinte, o espaço físico de interação e troca de

conhecimento e de experimentação identitária. O *compromisso* com a participação nas actividades relacionadas com o cosplay, como vimos, ocupa igualmente parte do quotidiano destes jovens. Os circuitos de consumo pelas lojas de tecidos em Lisboa ou pelas lojas de bricolage constituem parte da rotina dos praticantes. Como observado, esta prática é habitualmente social, na companhia dos amigos pertencentes à rede de amizades criada na comunidade. A internet é o meio pelo qual se combinam em conjunto este tipo de actividades ou encontros também para fazer sessões fotográficas (*photoshoots*) e planear a ida aos eventos.

Através da *distinção consistente*, constatámos que a comunidade cosplay se rege por padrões de gostos que são simultaneamente construídos por identificação através da participação e convívio entre pares e por oposição destacando um carácter singular e heterogéneo da identidade subcultural. Outros elementos de distinção como o nível de semelhança com a personagem, o domínio das ferramentas e técnicas necessárias a construção dos fatos são igualmente um operador de estatuto e de acumulação de capital subcultural. A distinção consistente é obtida com um elevado nível de participação regular tanto na aparição em eventos e na participação em concursos como na exposição online com as páginas de fãs criadas nas redes sociais. Num nível mais avançado de participação alguns dos praticantes destacam-se pela sua influência na comunidade como “líderes da tribo”, por serem considerados referências no cosplay nacional.

Consideramos que este fenómeno de distinção é propício à construção daquilo que, para efeitos desta dissertação, designamos por um *star-system* subcultural que premeia aqueles que, na linguagem dos participantes, são considerados os “cosplayers de competição”. Os “cosplayers de diversão”, igualmente membros participantes na comunidade têm um maior foco no convívio e nas actividades do evento, não são considerados pelos entrevistados como “inferiores”, somente pertencem a uma categoria participativa diferente.

Relativamente ao vector *autonomia*, observámos que as infraestruturas como os eventos são de dimensão comercial, como é o caso do Iberanime ou o Anicomics e outra “semi” comercial ou subcultural que parte do espírito empreendedor dos fãs, evidenciado em eventos como o Midori, Asian Culture Party, ou o Anifest. A existência de formas de micro media (ver Thornton, 1995) é exemplificada pela presença da fanzine portuguesa, a Cosplayer E-zine (em formato digital) que circula entre a comunidade informações relativas a eventos, tendências da moda cosplay internacional e nacional, reportagens e artigos sobre temáticas referentes à cultura popular japonesa.

As páginas dos eventos nas redes sociais como Facebook são outras das fontes de eleição para a comunidade se manter informada. Outras plataformas online como o Facebook, DeviantArt ou o Youtube são os meios mais usados para a pesquisa de informação sobre cosplay. O Facebook pelo constante fluxo de informação que circula pela página de cada utilizador, desde séries de animação, fotografias e a passagem pelos eventos; o DeviantArt pela partilha de tutoriais de cosplay e o visionamento de fotografias das sessões fotográficas, e o Youtube pelos vídeos instrutivos sobre técnicas de concepção de materiais e dos fatos no geral. Ora, segundo o enquadramento conceptual traçado confirmamos o carácter do cosplay enquanto cultura participativa tanto online como offline. Online com a criação de grupos e páginas de fãs individuais que expõem uma identidade performativa, subcultural que se constrói tendo em vista a promoção do trabalho, da imagem, e da partilha de conteúdos para com a comunidade. Offline, ou nos eventos, através da apresentação dos fatos e da performance em grupo ou individual. Por outro lado, com o envolvimento e carácter empreendedor dos fãs que activamente participam e sustentam a cultura popular japonesa com a criação de eventos. Confirmamos igualmente que a comunidade representa um espaço aberto à troca de conhecimentos e que possibilita que cada participante, consoante o nível de participação, adquira um leque de competências artísticas através da pesquisa, em ambientes virtuais, de tutoriais em vídeo ou em texto. O envolvimento na comunidade, como observámos entre alguns dos entrevistados, permite que se adquiram competências profissionais relacionadas com o planeamento e logística dos eventos.

Consideramos o cosplay uma prática essencialmente social ou, usando a expressão de Ito (2007), hipersocial que interliga o mundo virtual ao real no que Castells (2010) confirma como sendo uma condição híbrida comum numa sociedade em rede. Cosplay é também uma prática com consumos particulares, que envolvem a capacidade criativa dos praticantes em manipular materiais na construção de uma personagem. As aptidões artesanais adquiridas pelos praticantes e observadas ao longo do estudo etnográfico permitem-nos concluir que estamos perante consumidores activos no processo de produção e obtenção de conhecimentos, orientados por um *ethos* autodidata essencial na construção identitária do jovem enquanto cosplayer.

Embora demonstrando que o cosplay não é somente uma prática que se esgota nos eventos mas que ocupa também parte do quotidiano juvenil através da confeção dos materiais e no envolvimento com a cultura popular japonesa, pensamos carecer de dados que confirmem com maior exactidão a extensão da prática enquanto estilo de

vida. Todavia, como observámos entre uma minoria dos entrevistados, o cosplay ocupa grande parte da vida destes jovens que almejam a profissionalização da prática à semelhança de outros países onde a subcultura é mais desenvolvida e tem maior destaque mediático.

Não consideramos o cosplay como uma prática desviante no sentido tradicional pertencente ao vocabulário da Escola de Birmingham. No entanto, o estilo que rodeia a actividade causa, numa primeira impressão, estranheza aos indivíduos descontextualizados da existência da cultura popular japonesa ou da sua versão mais “carnavalesca”, algo que, não constando neste breve estudo, tenha sido confirmado pelos cosplayers. Para concluir a nossa reflexão apontamos como limitações do nosso estudo a falta de abrangência sobre outros jovens participantes na comunidade, como os “cosplayers por diversão” ou até outros membros que mesmo pertencendo à comunidade não fazem cosplay. A limitação do estudo na sua dimensão espacial pois consideramos ser relevante estudar as dinâmicas regionais existentes no país, nomeadamente no Porto onde é o segundo maior foco de praticantes de cosplay em Portugal. E a já anteriormente referida falta de dados sobre outros aspectos da vida destes jovens que nos permita confirmar ou negar a dimensão do cosplay enquanto estilo de vida dos praticantes.

Em suma, ao longo da dissertação, observámos segundo a subjectividade dos entrevistados que a participação no cosplay surge, por um lado, através do interesse por outras culturas como os videojogos e que se estendem ao desenvolvimento de práticas guiadas por interesse através dos fóruns, tendo assim o primeiro contacto com o cosplay e com outros praticantes, criando uma nova rede de sociabilidades. Os novos media e os media tradicionais apresentam-se, deste modo, como estruturantes das práticas juvenis como o cosplay, colocando os jovens não só em contacto com aquilo que Cardoso (2010) designa de culturas de pertença em rede mas também como elementos activos na construção de novas culturas de pertença em rede.

As subculturas juvenis como o cosplay contribuem para a integração dos jovens em espaços de aprendizagem informal como designa Jenkins (2008), online e offline, onde a autoaprendizagem é um dos principais motores de construção das identidades e do desenvolvimento de competências artísticas longe de imposições institucionais de espaços como a escola. O significado destas subculturas reside na sua dimensão participativa, autodidata que confere agência aos praticantes que criam, por si mesmos, condições propícias para o crescimento e manutenção da comunidade.

#### 4. BIBLIOGRAFIA

- Allison, Anne (2006), *Millenial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*, London: University of California Press.
- Amaral, Adriana e Renata Duarte. (2008), “A subcultura cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline”, in João Freire Filho e Sílvia Borelli (orgs.) (2008), *Culturas Juvenis no Século XXI*, São Paulo: EDUC, pp.269-288.
- Amit-talai, Vered e Helena Wulff (1995), *Youth Cultures: a cross-cultural perspective*, London: Routledge.
- Appadurai, Arjun (1996), *Dimensões Culturais da Globalização: a modernidade sem peias*, Lisboa: Teorema.
- Baym, Nancy (2006), “Interpersonal Life Online”, in Sonia Livingstone e L. Lievrouw (Ed.) *The Handbook of New Media*, Sage Publications.
- Bendit, René (2011), “Introdução”, in José Pais Machado et al. (2011), *Jovens e Rumos*, Lisboa: ICS. Imprensa de Ciências Sociais.
- Bennett, Andy (2007), “As young as you feel: Youth as a discursive construct” in Paul Hodkinson, e Wolfgang Deicke (ed.) (2007), *Youth Cultures: Scenes, Subcultures and Tribes*, London: Routledge.
- Bennett, Andy (1999), “Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste”, in *Sociology*, Vol. 3, n° 3, pp. 599-617.
- Bennett, Andy e Andy Robards (2011), “MyTribe: Post-subcultural Manifestations of Belonging on Social Network Sites”, in *Sociology*, Vol. 45(2), pp. 303-317.
- Boethius, Ulf (1995), “Youth, the media and moral panics”, in Johan Fornäs e Goran Bolin (1995), *Youth Culture in Late Modernity*, London: Sage Publications.
- Bonnichsen, Henrik (2011), *Cosplay: Creating or Playing Identities? - An analysis of the role of cosplay in the minds of its fans*, Tese de Mestrado, Stockholm University.
- boyd, danah e Jeffrey Heer (2006), “Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster.” In *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39)*, Persistent Conversation Track. Kauai, HI:IEEE Computer Society.
- boyd, danah (2010), “Friendship” in Mizuko Ito et al. (2010), *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, London, MIT Press.
- Campbell, Colin (1995), “The Sociology of Consumption” in Daniel Miller (org.) *Acknowledging Consumption: a review of new studies*, London: Routledge.
- Campbell, Colin (2005), “The Craft-Consumer: Culture, Craft and Consumption in a Postmodern Society”, in *Journal of Consumer Culture*, vol.5 n°1 p.23-42.
- Cardoso. G; Espanha. R; Lapa. T (2009), *Do Quarto de Dormir para o Mundo: Jovens e Media em Portugal*, Lisboa: Âncora Editora.

- Cardoso, Gustavo (2012), “Networked Life World: Four Dimensions of the Cultures of Networked Belonging”, Observatório (OBS\*) Special Issue, *Networked belonging and Networks of Belonging*, pp.197-205.
- Campos, Ricardo (2010), “Juventude e Visualidade no Mundo Contemporâneo: Uma reflexão em torno da imagem das culturas juvenis”, in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº63, pp.113-137.
- Castells, Manuel (2010), *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Volume I – A Sociedade em Rede. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Clarke, John (1975), “Style”, in Stuart Hall e Tony Jefferson (1990), *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures In Post-War Britain*, Routledge.
- Clarke, Gary (1997), “Defending ski-jumpers”, in Ken Gelder e Sarah Thornton (org.) (1997), *The Subcultures Reader*, London, New York: Routledge.
- Conde, Idalina (1990), “Identidade nacional e social dos jovens”, in *Análise Social*, vol. XXV, nº 108-109, pp. 675-693.
- Cordeiro, Graça Índias (2010), “As Cidades Fazem-se por Dentro: Desafios de etnografia urbana”, in *Cidades – Comunidades e Territórios* nº20/21, pp. 111-121.
- Cruz, Manuel Braga da et al. (1984), “A condição social da juventude portuguesa”, in *Análise Social*, vol. XX, nº 81-82, pp. 285-307.
- Deutsch, Nancy L, e Elena Theodorou (2010), “Aspiring, consuming, becoming: Youth identity in a culture of consumption”, in *Journal of Youth & Society*, nº42(2), pp. 229-224.
- Feixa, Carles (1999), *De jóvenes, bandas y tribus: antropología de la juventud*, Barcelona: Editorial Ariel.
- Ferreira, Pedro Moura (2000), “Controlo e identidade: a não conformidade durante a adolescência”, in *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 33, pp. 55-85.
- Ferreira, Vítor Sérgio (2008), *Marcas que demarcam: corpo, tatuagem e body piercing em contextos juvenis*, Lisboa: ICS Imprensa de Ciências Sociais.
- Fiske, John (1992), “The Cultural Economy of Fandom” in Lisa A. Lewis (ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge.
- Furlong, Andy e Fred Cartmel (2007), *Young People and Social Change: New perspectives*, New York: McGraw Hill.
- Fornäs, Johan (1995), Youth, Culture and Modernity in Fornäs, Johan e Goran Bolin (1995), *Youth Culture in Late Modernity*, London: Sage Publications.
- Furukawa, Carolina (2008), *Cosplay: Identidades na Modernidade*, Tese de Mestrado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Galland, Olivier (1991), *Sociologie de la jeunesse: l'entrée dans la vie*, Paris: Armand Colin.
- Galland, Olivier (2001), “Adolescence, post-adolescence, jeunesse: retour sur quelques interprétations”, *Revue Française de Sociologie*, vol. 42, n.º 4, pp. 611-640.

- Gee, James Paul (2007), *What Videogames Have to Teach us About Literacy and Learning*, New York: Palgrave Macmillan.
- Gelder, Ken (1997), "Introduction" in Ken Gelder e Sarah Thornton (org.) (1997), *The Subcultures Reader*, London, New York: Routledge.
- Gelder, Ken e Sarah Thornton (org.) (1997), *The Subcultures Reader*, London, New York: Routledge.
- Gn, Joel (2011), "Queer simulation: The practice, performance and pleasure of cosplay", *Continuum*, 25:4, 583-593.
- Grossberg, Lawrence (1992), "Is There a Fan In the House?: The Affective Sensibility of Fandom", in Lisa A. Lewis (ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge.
- Hall, Stuart (2005), "Quem precisa de Identidade?", in Tomaz Tadeu da Silva (org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*, Petrópolis: Editora Vozes.
- Hebdige, Dick (1975), "The Meaning of Mod" in Stuart Hall e Tony Jefferson (1990), *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures In Post-War Britain*, Routledge.
- Henriques, Susana (2004), "Identidades e estilos de vida nos consumos: reflexões teóricas", in *Actas dos ateliers do Vº Congresso Português de Sociologia*, pp. 69-75.
- Hesmondhalgh, David (2007), "Recent concepts in youth cultural studies: Critical reflections from the sociology of music" in Paul Hodkinson e Wolfgang Deicke (ed.) (2007), *Youth Cultures: Scenes, Subcultures and Tribes*, London: Routledge.
- Hills, Matt (2002), "Transcultural otaku: Japanese representations of fandom and representations of Japan in anime/manga fan cultures", *Proceedings of MIT2*, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA.
- Hodkinson, Paul (2002), *Goth: Identity, Style and Subculture*, Oxford: Berg.
- Hodkinson, Paul (2007), Youth Cultures: A critical line of key debates in Paul Hodkinson e Wolfgang Deicke (ed.) (2007), *Youth Cultures: Scenes, Subcultures and Tribes*, London: Routledge.
- Hodkinson, Paul e Lincoln (2008), "Online Journals as Virtual Bedrooms? Young People, Identity and Personal Space" in Sage Publications *Young: Nordic Journal of Young Research*, Vol. 16(1), pp. 27-46.
- Huq, Rupa (2006), *Beyond Subculture: Pop, Youth and Identity in a Post-colonial World*, London: Routledge.
- Hsiaoping, Chen (2011), *The Significance of Manga in the Identity-Construction of Young America Adults: A Lacanian Approach*, Tese de Doutorado: The Ohio State University.
- Ito, Mizuko, (2007), "Technologies of the Childhood Imagination: Yu-Gi-Oh!, Media Mixes, and Everyday Cultural Production", in Joe Karaganis (ed.) (2007), *Structures of Participation in Digital Culture*, New York: Social Science research Council.
- Ito, Mizuko et al. (2008), "Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project" disponível em: <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/report.html>

- Jenkins, Henry (2006), *Fans Bloggers and Gamers: exploring participatory culture*, New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry (2008), *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*, MacArthur Foundation.
- Jenkins, Richard (1996), *Social Identity*, London: Routledge.
- Jensen, Joli (1992), "Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization" in Lisa A. Lewis (ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge.
- Kafai e Pepler (2011), "Youth, Technology, and DIY: Developing Participatory Competencies in Creative Media Production", in Gadsden, Wortham, e Lukose (ed.), *Youth Cultures, Language and Literacy. Review of Research in Education*, Vol 34.
- Knobel, Michele e Colin Lankshear (2008), "Remix: The Art and Craft of Endless Hybridization", in *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, Vol. 52 (1), pp. 22-33.
- Lamerichs, Nicolle (2010), "Stranger than Fiction: Fan Identity in Cosplay." *Transformative Works and Cultures*, no. 7. doi:10.3983/twc.2011.0246.
- Lamerichs, Nicolle (2013), Cosplay: The Affective Mediation of Fictional Bodies, in *Proceedings "Fan Community & Fandom Conference"*, disponível em: <http://unimaas.academia.edu/NicolleLamerichs/Selected-Conference-Papers>
- Lange, Patricia e Mizuko Ito (2010), "Creative Production" in Mizuko Ito et al. (2010), *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, London, MIT Press.
- Lipovetsky, Gilles (2010), *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*, Edições 70: Lisboa.
- Liu, Wing-sun (2012), *Cosplay – Imaginative Self and Performing Identity*, Disponível em Academia.edu: [http://polyu.academia.edu/WingsunLiu/Papers/1497813/Cosplay\\_Imaginative\\_Self\\_and\\_Performing\\_Identity](http://polyu.academia.edu/WingsunLiu/Papers/1497813/Cosplay_Imaginative_Self_and_Performing_Identity)
- Luz, Filipe Da Costa (2012), "SF e Animé: Os Monstros Encantadores do *Ground Zero*", in Jorge Martins Rosa (ed.) (2012), *Cibercultura e Ficção*, Lisboa: Documenta.
- McArthur, J.A (2009), Digital Subculture: A Geek Meaning of Style, *Journal of Communication Inquiry*, Vol.33 (1), pp. 58-70.
- Magnani, José Guilherme Cantor (2002), "De Perto e de Dentro: Notas para uma Etnografia Urbana" in Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol.17, nº49, pp. 11-29.
- Makela, Lee (2008), "From *Metropolis* to *Metropolisu*: The Changing Role of the Robot in Japanese and Western Cinema" in Mark MacWilliams, (2008), *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, New York: East Gate Book.
- Miles, Steven (2011), "Youth Culture", *Encyclopedia of Consumer Culture*, Sage Publications.



- Mouer, Ross e Craig Norris (2009), “Exporting Japan’s Culture: From Management Style to Manga” in Yoshio Sugimoto (ed.) (2009), *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture*, Cambridge University Press.
- Muggleton, David (2000), *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*, Oxford: Berg Publishers.
- Napier, Susan (2001), *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing Contemporary Japanese Animation*, New York: Palgrave Macmillan.
- Napier, Susan, (2005), “The Problem of Existence in Japanese Animation” in *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 149, nº1, Março
- Napier, Susan (2011), “Manga and anime: entertainment, big business, and art in Japan” in Bestor e Bestor (ed.) (2011), *Routledge Handbook of Japanese Culture and Society*, New York: Routledge.
- Neyrand, Gérard (2003), “*La position paradoxale des jeunes: entre impuissance et modèle idéal*”, Comunicação apresentada em “Premières Rencontres Jeunes & Sociétés en Europe”.
- Norris, Craig (2009), “Manga, anime and visual art culture” in Yoshio Sugimoto (ed.) (2009), *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture*, Cambridge University Press.
- Orbaugh, Sharalyn (2006) “Frankenstein and the Cyborg Metropolis: The Evolution of Body and City in Science Fiction Narratives” in Steven T. Brown (ed.) (2006), *Cinema Anime: Critical Engagements with Japanese Animation*, New York: Palgrave MacMillan.
- Pais, José Machado (1990), “A construção sociológica da juventude – alguns contributos” in *Análise Social*, vol. XXV, nº 105-106, pp. 139-165.
- Poitras, Gilles (2008), “Contemporary Anime in Japanese Pop Culture” in Mark MacWilliams, (2008), *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, New York: East Gate Book.
- Ransome, Paul (2005), *Work, consumption and culture: affluence and social change in the twenty-first century*, London: Sage Publications.
- René, Jean-Fraçois (1990), “Jeunesse: la mouvance comme mode de vie” in *Nouvelles pratiques sociales*, vol. 3, nº 1, 1990, p. 61-74, <http://id.erudit.org/iderudit/301070ar>
- Resende, José e Maria Vieira (1992), “Subculturas Juvenis nas Sociedades Modernas”, in *Revista Critica de Ciências Sociais*, nº 35, pp.131-147.
- Riley, Sarah (2008), “Identity, community and selfhood: understanding the self in relation to contemporary youth cultures” in *Beyond Current Horizons: Identity, citizenship, communities*.
- Santos, Fernando Augusto de Sá Neves dos (2004), *Juventude, consumo e globalização: uma análise comparativa*, Tese de Doutoramento, Lisboa: ISCTE.
- Silva, Tomaz Tadeu da (2005), “A produção social da identidade e da diferença” in Tomaz Tadeu da Silva (org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*, Petrópolis: Editora Vozes.

- Simões, José Alberto de Vasconcelos (2002), “Globalização e diferenciação cultural: Hegemonia e hibridismo na construção das (sub)culturas juvenis”, in *Revista Fórum Sociológico* nº7/8 (2ª série), pp. 13-47.
- Simões, José Alberto de Vasconcelos et al. (2005), “Entre subculturas e neotribos: propostas de análise dos circuitos culturais juvenis. O caso da música rap e do hip-hop em Portugal”, in *Revista Fórum Sociológico*, nº 13/14 (2.ª Série), 2005, pp. 171-189.
- Stockburger, Axel (2012), “Cosplay: embodied knowledge” Disponível em: <http://troublingresearch.net/home/axel-stockburger/cosplay-%E2%80%94embodied-knowledge/>
- Schildrick, T. A. e MacDonald, R. (2006) “In defense of subculture: young people, leisure and social divisions’, *Journal of Youth Studies*, 9 (2), pp.125-140.
- Taylor, Jayme Rebecca (2009), *Convention Cosplay: Subversive Potential in Anime Fandom*, Tese de Mestrado: University of Oregon.
- Thornton, Sarah (1997), “The logic of subcultural capital”, in Ken Gelder e Sarah Thornton (org.) (1997), *The Subcultures Reader*, London, New York: Routledge.
- Velho, Gilberto (1981), *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Walsh, Maureen (2010), “Multimodal Literacy: What does it mean for classroom practice?”, in *Australian Journal of Language and Literacy*, Vol. 33 (3), pp. 211-239.
- Willis, Paul (1990), “Symbolic Creativity” in Ben Highmore (ed.) (2002), *The Everyday Life Reader*, London: Routledge
- Woodward, Kathryn (2005), “Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual”, in Tomaz Tadeu da Silva (org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*, Petrópolis: Editora Vozes.

## **ANEXOS**

## A. O OUTSIDER: REFLEXÕES METODOLÓGICAS SOBRE O ESTUDO DAS COMUNIDADES COSPLAY

O propósito do presente texto metodológico visa elucidar algumas questões relativas ao nosso percurso etnográfico durante a investigação da comunidade cosplay. A ideia para a elaboração deste texto metodológico surge da leitura de um texto de Bennett<sup>4</sup> (2002) que alerta os investigadores envolvidos em pesquisa etnográfica para a necessidade de existir mais reflexão metodológica sobre o percurso da investigação e de explicitar questões relativas ao acesso e aceitação deste no terreno e até que extensão as dificuldades influenciaram a recolha de dados.

Um das questões a abordar são as condições de acesso ao terreno. Aceder aos eventos deste género é para um investigador uma etapa relativamente simples pois no meu caso em concreto o acesso é feito mediante o pagamento do bilhete. A partir deste momento entrei em contacto com cosplayers que foram facilmente identificados não pelo vestuário peculiar mas pela existência de uma das bancas no evento (no Iberanime) que pertencia à Associação Portuguesa de Cosplay e que facilitou a primeira abordagem. No primeiro contacto foi explicado, em linhas breves, o objectivo do nosso trabalho, sendo a resposta dos praticantes bastante receptiva à participação no estudo.

Outros detalhes e explicações eram posteriormente abordados online, no Facebook, via chat onde se procedia à explicação de alguns pontos do trabalho e se combinava o local e hora dos encontros para a realização das entrevistas. Dada a limitação de tempo para a realização da dissertação concluo que foi positivo o primeiro contacto com os participantes na altura das entrevistas. Embora alguns autores abordem a importância de estabelecer *a priori*, com tempo, relações que permitam “quebrar o gelo” usando uma expressão da gíria tradicional, verificámos que a receptividade em disponibilizar as histórias diárias das suas vidas enquanto cosplayers, durante as entrevistas, não causou, aparentemente, nenhum desconforto aos entrevistados. Contudo, nos eventos, mesmo depois de realizadas as entrevistas observei que a postura inicial de conforto se alterava nestes locais perante a minha presença. Sendo estes ambientes onde predomina, essencialmente um domínio do grupo sobre o indivíduo posso especular que este fenómeno se deve, em parte, aos afazeres constantes dos praticantes durante os eventos, mas principalmente por, enquanto *outsider*, não possuir um papel ou uma identidade

---

<sup>4</sup> Bennet, Andy (2002), “Researching Youth Culture and Popular Music: A Methodological Critique”, in *British Journal of Sociology* Vol. nº53 (3), pp. 451-466.

que permitisse uma ligação mais aprofundada com os praticantes. Esta limitação, julgamos, seria a causa de ser recebido, por vezes, com indiferença embora nunca com hostilidade. Neste sentido, considero que esta questão da recepção e aceitação do *outsider* tenha limitado a obtenção de mais dados no terreno. Para colmatar esta lacuna pensei em obter uma posição mais “instrumental”<sup>5</sup> (Wax, 1985) dentro da comunidade.

A estratégia embora numa fase já tardia da recolha de dados, passou por eu me candidatar a um lugar como repórter na revista Cosplayer E-zine para que, ao meu papel de simples *outsider*, investigador, se juntasse um elemento que conferisse uma “justificação”, ou uma identidade (em todos os momentos, *overt*) que me permitisse ligar, com maior facilidade, aos indivíduos presentes durante os eventos. No entanto, como já referi, esta fase de “upgrade” identitário à minha condição de *outsider* surgiu numa fase terminal do meu percurso, nunca tendo por isso experimentado novas interações com outros cosplayers, nem nova recolha de dados com este papel. Todavia o objectivo seria assinalar uma nova fase na recolha de dados para a investigação desta vez com um acesso privilegiado aos eventos e a outros participantes.

---

<sup>5</sup> Wax designa “Instrumental Membership” como “a person who though he always is and remains an outsider or non-native, may function in the society in a manner that is usefull and agreeable to his hosts”. Wax, Rosaline (1985), *Doing Fieldwork: Warnings and Advice*, Chicago: The University of Chicago Press.

## B. GUIÃO DE ENTREVISTA

### Guião - A participação dos jovens nas comunidades de Cosplay em Portugal

#### 1. Iniciação

- 1.1 Quando é que começou o teu interesse pelo Cosplay?
- 1.2 O que é que te motivou a experimentar fazer Cosplay?
- 1.3 Costumas ler regularmente mangas ou ver séries de animação que te inspirem? (Se sim, quais? Que tópicos te inspiram?)
- 1.4 Como é que aprendeste a fazer os teus cosplays?
- 1.5 Que significado tem para ti fazer Cosplay?

#### 2. Situação

- 2.1 Como foi para ti a tua primeira experiência? Como a vivenciaste? O que é que sentiste?
- 2.2 Participas regularmente em eventos de Cosplay? Em que consistem os eventos? O que fazem?
- 2.3 Qual é o momento mais importante para ti nestes eventos?

#### 3. Identidade pessoal

- 3.1 Identificas-te com alguma personagem de manga ou série de animação? Em que sentido? (valores, estilo, maneira de ser)
- 3.2 É importante para ti existir uma aproximação estética o mais fiel possível à personagem que interpretas? (físico; fato)
- 3.3 A identificação que crias com uma personagem é um factor chave para a escolheres? Ou é só pela experiência estética?
- 3.4 O que significa para ti encarnares uma personagem de que gostas?
- 3.5 O que mudou em ti desde que começaste a praticar cosplay?

#### **4. Identidade grupal**

- 4.1 Como descreves a comunidade Cosplay? Do que é que gostas/não gostas?
- 4.2 O que é que aprendes ao fazer parte da comunidade cosplay?
- 4.3 Na tua opinião, o que é que vos une enquanto comunidade?
- 4.4 Existem distinções entre vocês dentro da comunidade? Com que critérios são essas distinções feitas? Existem grupos/tribos?
- 4.5 De que tipo de assuntos vive a comunidade cosplay?
- 4.6 Por que género de tendências é influenciada a comunidade cosplay? (Novos animes; jogos; cosplayers famosos)

#### **5. Sociabilidades**

- 5.1 Como é que conhecestes outros cosplayers? O que costumam fazer juntos?
- 5.2 Como é que se organizam enquanto comunidade? (Online/Offline)
- 5.3 Os teus amigos/familiares, que não pertencem à comunidade, como é que encaram a tua prática? Apoiam-te?
- 5.4 Já alguma vez te sentiste discriminado por alguém de fora da comunidade? E de dentro da comunidade? O que te disseram? Como reages?

#### **6. Consumos**

- 6.1 Como é que acedes a mangas e séries de animação? Compras? - De que lojas? Sacas da internet? - De que sites?
- 6.2 Que influência é que os teus amigos exercem sobre os teus gostos? Partilham gostos em comum?
- 6.3 Como é que te manténs informado/a sobre o mundo do anime e do Cosplay?
- 6.4 Tens algum site que uses como referência para a prática do Cosplay?
- 6.5 De que sites é que costumavas aprender a fazer os moldes/fatos? Aprendes com outros cosplayers?
- 6.6 Colocas muito empenho na elaboração de um fato?

6.7 Com que materiais costumamos trabalhar? Para que servem?

6.8 Onde compramos os materiais necessários para o teu cosplay? (Online/Offline) Ou costumamos comprar um fato pré-construído?

## **7. DIY Media**

7.1 Tens algum site próprio onde partilhas imagens e vídeos teus sobre os teus Cosplays? Quais?

7.2 Tiras fotografias aos teus cosplays? Fazes manipulação de imagem? Onde/Como aprendeste?

7.3 Já alguma vez fizeste algum género de vídeo? (AMV, Tutoriais) Como aprendeste?

7.4 Já alguma vez partilhaste esse conhecimento com mais alguém da comunidade? Em que situação?

7.5 Em que medida consideras importante para um cosplayer dominar estas ferramentas? (Photoshop, sites, blogs, vídeos etc.)



# **CURRICULUM VITAE**



## Europass Curriculum Vitae



### Informação pessoal

Apelido(s) / Nome(s) próprio(s) **Miguel Afonso Fernandes Bouzada e Pinto**  
Morada(s) Praceta Rodrigo Bessone de Bastos nº 6, 2º Dto, Alto do Moinho, 2855-008 Seixal (Portugal)  
Telemóvel 938594466

Endereço(s) de correio electrónico pinto**fb**miguel@gmail.com  
Nacionalidade Portuguesa  
Data de nascimento 16/07/1986  
Sexo Masculino

### Educação e formação

Datas De Setembro de 2011 → 2013 (previsto)

Designação da qualificação atribuída Mestrando em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação  
Ramo: Internet e Comunicação em Rede

Principais disciplinas/competências profissionais Dinâmicas Sociais da Internet  
Literacia dos Novos Media  
Pesquisa de Terreno  
Redes Sociais Online

Nome e tipo da organização de ensino ou formação ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Nível segundo a classificação nacional ou internacional 16 Valores (1º ano - pós-graduação)

Datas Outubro 2008 → Setembro 2011

Designação da qualificação atribuída Licenciado em Ciências da Comunicação e da Cultura  
Ramo: Comunicação Aplicada: Marketing, Publicidade e Relações Públicas

Principais disciplinas/competências profissionais Atelier de Marketing  
Atelier de Relações Públicas  
Atelier de Publicidade  
Teorias e Modelos de Comunicação  
Gestão da Comunicação  
Comunicação Interna  
Computação Multimédia e Interatividade

Nome e tipo da organização de ensino ou formação Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Nível segundo a classificação nacional ou internacional 13 Valores

### Aptidões e competências pessoais

Outra(s) língua(s)

Auto-avaliação

Nível europeu (\*)

Inglês

Espanhol / Castelhanho

Françês

Compreensão				Conversaço				Escrita	
Compreensão oral		Leitura		Interacção oral		Produção oral			
C1	Utilizador avançado	C1	Utilizador avançado	A2	Utilizador básico	A2	Utilizador básico	B2	Utilizador independente
A1	Utilizador básico	A2	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico
A2	Utilizador básico	B1	Utilizador independente	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico

(\*) [Nível do Quadro Europeu Comum de Referência \(CECR\)](#)

Aptidões e competências informáticas Domínio do software Office (Word, Power Point, Excel, Publisher)  
Conhecimentos básicos das aplicações gráficas (Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign)  
Conhecimentos de aplicações Web (Google +, Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr, Blogger, Wordpress)  
Conhecimento básico do programa SPSS

Aptidões e competências artísticas Artes Marciais (Karaté), Guitarra clássica

Carta de condução Carta de condução de veículos ligeiros (B) – SE 262073 7

### Informação adicional

Presença em congressos, seminários entre outros eventos profissionais:

- Maio 2011 Presença no 5º Colóquio Internacional de Comunicação nas Organizações "Novos Caminhos em Imagem Corporativa" na Universidade Lusófona de Humanidade e Tecnologias

Publicações de âmbito académico:

- Pinto, Miguel (2013), "A Neotribalização de uma Sociedade Individualizada", in Branco di Fátima e Ana Martinho (org.) (2013), *Internet: Comunicação em Rede*, Disponível em: <https://sites.google.com/site/internetemrede/>