

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Gabriel Theodoro Soares

Cosplay: Imagem, corpo, jogo

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO
2013

Gabriel Theodoro Soares

Cosplay: Imagem, corpo, jogo

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica sob a orientação do Prof. Dr. Norval Baitello Jr.

SÃO PAULO
2013

Banca Examinadora

Cosplay: Imagem, corpo, jogo

Gabriel Theodoro Soares

Resumo: É necessário entender como as imagens se relacionam conosco, e os efeitos que elas causam em nosso corpo. Esta pesquisa analisa cosplays (*costume play*, a atividade de se fantasiar de personagens, geralmente de games, desenhos e filmes) em eventos de animação japonesa, onde há uma mistura entre a cultura pop japonesa e a cultura brasileira. Isso cria uma cultura marginal, que ainda é pouco estudada na área de comunicação, apesar de tão rica. As imagens, em forma de personagens criados por essa cultura, se utilizam, por meio do cosplay, do corpo das pessoas para se fazer presentes no mundo material. E o motivo pelo qual pessoas consomem e se deixam consumir por essas imagens é o que pretendemos descobrir nesta pesquisa, afinal, são ainda tão misteriosas e necessitam de mais olhares científicos em todas as formas em que elas se apresentam, para serem entendidas melhor. Para tal, utilizaremos os conceitos de imagem de Vilém Flusser, de que estas são superfícies que pretendem representar algo, e a iconofagia de Norval Baitello Junior, segundo o qual estamos cada vez mais consumindo e sendo consumidos por imagens. Os objetivos desta pesquisa são entender como uma imagem pode dominar um corpo, observando o caráter iconofágico dela, que devora o corpo e toma seu lugar, e analisar como elas estão mais próximas de nós do que muitas vezes imaginamos. Os cosplays serão analisados dentro de eventos de animação japonesa que ocorrem no Brasil, principalmente em São Paulo, que tem os maiores eventos do país. A hipótese que parece mais plausível é de que as pessoas fazem cosplay para pertencer ao grupo dos fãs de cultura pop japonesa, para serem reconhecidos por esse grupo, se encontrarem nele e, assim, como diz Boris Cyrulnik, se deixarem encantar por ele.

Palavras chave: Cosplay, cultura japonesa, imagem, iconofagia, animê.

Cosplay: Image, body, play

Gabriel Theodoro Soares

Abstract: It is necessary to understand how images relate to us and the effects they cause in our bodies. This research analyzes cosplay (costume play, the activity of dressing as characters, generally from games, cartoons or movies) in conventions about Japanese animations, where there is a blend between Japanese pop culture and Brazilian culture. This creates a marginal culture still not well studied in communication, despite being so rich. The images, which are the characters created by that culture, utilizes people's bodies via cosplay to make themselves part of the material world. Why people consume and let themselves be consumed by them is what we want to find out in this research, after all, they are still so mysterious and need more scientific glances at all of their manifestations, so they can be better understood. For this, we will use Vilém Flusser's concept of image and Norval Baitello Jr.'s iconophagy, which proposes we are more and more consuming and being consumed. The objectives of this research are to understand how an image can subdue a body, considering its iconophagic features that devours the body and take its place, and analyze how they are closer to us than we often imagine. Cosplays will be analyzed inside Brazilian anime conventions, more specifically in São Paulo, where the biggest conventions in the country happens. The most plausible hypothesis is that people do cosplay in order to be part of a group of Japanese pop culture fans, to be recognized by this group, to find themselves in this group and, as said Boris Cyrulnik, to let themselves be enchanted by it.

Keywords: Cosplay, Japanese culture, image, iconophagy, anime.

Sumário

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	1
2- CAPÍTULO 1: CULTURA POP JAPONESA	3
2.1- AFINAL, O QUE É COSPLAY?	3
2.2- CONHECENDO MAIS SOBRE COSPLAY	7
2.3- A HISTÓRIA DOS MANGÁS	10
2.4- A HISTÓRIA DO ANIMÊ	19
2.5- MANGÁ NO BRASIL	24
2.6- OS OTAKUS	28
2.7- O COMIKET	32
2.8- EVENTOS DE ANIMÊ NO BRASIL	34
3- CAPÍTULO 2: IMAGEM E CORPO	39
3.1- IMAGENS	40
3.2- ICONOFAGIA	43
3.3- O CORPO	45
3.4- OS GESTOS	47
4- CAPÍTULO 3: JOGO E PERTENCIMENTO	56
4.1- O JOGO	56
4.2- SIMULAÇÃO DE ESTADOS CORPORAIS	63
4.3- EMPATIA	65
4.4- A RELAÇÃO COM O OUTRO	69
5- CONCLUSÃO	71
6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78

1- Introdução

Primeiramente, gostaria de dizer que este é um texto sobre fantasias, vários dos significados que consigo me lembrar neste momento que a palavra fantasia possa ter. O objeto de nossa análise é o cosplay, uma atividade que consiste em interpretar e se vestir como um determinado personagem. Esses personagens provêm da cultura pop, são de livros, filmes, videogames, quadrinhos e desenhos animados, sendo, nestes dois últimos, principalmente os japoneses.

Pretendemos falar a respeito de como o cosplay se tornou popular no Japão e, a partir disso, no mundo, que passou a receber grande influência dos produtos midiáticos japoneses. No entanto, o foco de nossa pesquisa não é contar a história dessa atividade, mas sim tentar entender a razão por trás dela. Falar a respeito da história do cosplay também não é uma tarefa fácil, pois não encontramos tantas referências bibliográficas a respeito em nossa língua, muito menos na área da comunicação, e por essa razão agradeço aos amigos Jun-Ichi Susaki e Mayra Adati e seu conhecimento da língua japonesa por me ajudarem a descobrir um pouco do que era dito nos sites japoneses. Além disso, escolhemos falar a respeito do Japão, pois foi lá que o cosplay atingiu outro nível de popularidade, com a grande quantidade de quadrinhos, desenhos animados e videogames que inspiravam os jovens. No entanto, o alvo de nosso olhar não está no Japão, mas no Brasil, já que nosso país aderiu muito bem essa cultura pop japonesa que está tão fortemente contida no cosplay como existe hoje. No Brasil, a maior parte dos cosplays se encontra em eventos de animação japonesa, o que é o maior motivo da decisão de falar a respeito dessa cultura e também a razão pela qual não daremos muita atenção a outros lugares onde aparece o cosplay, como por exemplo, na publicidade ou na indústria japonesa de filmes adultos.

Falaremos da relação da pessoa com a roupa que está vestindo, do modo com essa roupa é capaz de transformá-lo em uma coisa que antes não existia no mundo real. Essa roupa, ou melhor, esse personagem, que agora habita no corpo de uma pessoa de carne e osso, trataremos como uma imagem, de acordo com o conceito apresentado por Vilém Flusser e Norval Baitello Jr. Dos dois também tomaremos emprestados outros conceitos. Primeiro, conversaremos a respeito de como surgiu a imagem e no que ela se tornou para então partir para uma segunda etapa, onde faremos uma relação entre a imagem, cada mais presente em todos os lugares, e o corpo. Nesse ponto discutiremos a respeito de como o corpo passa a buscar imagens e como as imagens, por se tornarem tão frequentes, passam a se alimentar dos corpos, num processo que Norval Baitello Jr. chama de iconofagia.

A ideia central desse texto é discutir como as imagens tomam conta e se alimentam dos corpos e também falar a respeito do motivo pelo qual aquele que faz cosplay se deixa consumir por determinada imagem. Para isso, utilizaremos as ideias de Boris Cyrulnik de que para ser, nós precisamos primeiro nos diferenciar do outro, e que para isso, precisamos conhecer o outro. Ao conhecer o outro, podemos nos diferenciar dele, e ao saber quem nós somos, podemos aprender a nos relacionar com o mundo e fazer parte dele.

Para explicar como acreditamos que acontecem essas relações, usaremos o conceito de empatia e o conceito de jogo. No primeiro, buscamos na neurociência, com António Damásio e Evan Thompson, uma explicação básica de como nosso cérebro permite que possamos simular nossos próprios sentimentos, entender o que os outros sentem e sentir o mesmo. Dessa forma acreditamos ser possível reconhecer o outro e reconhecer no outro as nossas semelhanças, assim facilitando nossa busca de um lugar onde pertencer.

E durante essa tentativa falaremos a respeito do jogo, usando como base Roger Caillois e Johan Huizinga, pois acreditamos que, como o jogo é uma forma de dar sentido, podemos dizer que o cosplay é um jogo, de acordo com suas características, que nos mostram que certas ações não têm como objetivo algo concreto, mas a sensação obtida durante elas, que busca trazer satisfação ao seu realizador.

Assim, neste texto temos como objetivo discutir como o cosplay, sendo um jogo, faz com que algumas pessoas se sintam parte de uma comunidade e, em troca disso, o cosplay, como imagem, toma posse de seus corpos mais do que eles mesmos imaginam. Essa troca curiosa não deve ser deixada de lado em nenhum momento desta reflexão, que mostra um pouco de como o real e a fantasia andam juntos e se confundem em um espaço onde as pessoas brincam de ser algo diferente.

2- Capítulo 1: Cultura pop japonesa

Conforme a nossa análise sobre o cosplay avançar, alguns termos irão aparecer imediatamente, por estarem intimamente ligados ao cosplay. O próprio termo cosplay é estranho para muitos e, por essa razão, este primeiro capítulo trata de explicar o que significa o costume play e o que for relacionado a ele. Inicialmente, deixaremos claro ao leitor o que é o cosplay e como ele surgiu, para então explicarmos o motivo de sua importância.

2.1- Afinal, o que é cosplay?

Cosplay é a abreviação de *costume play*, que traduzindo do inglês seria mais ou menos “interpretar uma fantasia”. Consiste na atividade de se vestir e interpretar um personagem, seja ele real ou fictício. Assim, há cosplays de séries de animê, mangá, livros, filmes, comics, games, personagens da TV e até de personalidades famosas. Muitas vezes, o cosplay pode ser até de personagens inventados pelos próprios cosplayers, como acontece de vez em quando em encontros de RPG (role playing games), onde o jogador se fantasia como o personagem que criou para aquela aventura.



Figura 17: Cosplay de Rikku, do game Final Fantasy X-2, no evento Anime Fantasy 2007. (Figura da personagem retirada de: <http://finalfantasy.wikia.com/wiki/Rikku>)

Os cosplays estão presentes geralmente em eventos com temáticas específicas, mas isso não significa que jamais encontraremos alguém fantasiado de um personagem de filme em um evento de animê; muito pelo contrário, a ocorrência é comum. Além disso, há eventos dedicados ao cosplay em si, independente de onde ele vem.

Nem todas as pessoas que participam dos eventos são cosplayers, mas muitas dessas pessoas gostam de cosplayers, afinal, eles são seus personagens favoritos. No entanto, já que não são a maioria, os cosplayers se deparam com pessoas mal informadas a respeito (principalmente aqui no Brasil). Muitas pessoas acham que cosplays brasileiros são “mal feitos”, que cosplayers são pagos para vestir aquelas fantasias ou que todos os cosplays são comprados em alguma loja. As três informações acima estão incorretas e iremos falar um pouco de cada uma delas.

Há cosplays “mal feitos” no Brasil, que não se parecem tanto com o personagem original, mas isso existe em todos os eventos ao redor do mundo. Se isso é importante ou não, já é outra história, afinal, por mais que um cosplay seja julgado (até mesmo por outros cosplayers) por sua fidelidade ao visual do personagem, o que importa mesmo para o cosplayer é a diversão. Falaremos mais sobre isso quando compararmos as diferentes características entre cosplays ocidentais e orientais. Neste momento, basta dizer que tanto aqui no Brasil como em qualquer outro lugar do mundo, há fantasias tão perfeitas que é como se aquele personagem realmente tivesse ganhado vida.



Figura 18: No Anime Dreams 2008, um cosplayer apresentou sua “armadura”, feita em EVA, de Buzz Lightyear, da animação da Disney, Toy Story.

O segundo ponto é facilmente explicado. Há empresas que contratam modelos para vestir cosplays e ajudar na publicidade de seu produto. Isso acontece muito em eventos de games, onde empresas desenvolvedoras colocam pessoas vestidas como os personagens dos jogos (geralmente mulheres bonitas para atrair atenção), porém, isso não é regra. Os cosplayers se fantasiam porque gostam dos personagens, não estão sendo pagos para isso. Aliás, muitas vezes gastam muito dinheiro com o cosplay, o que nos leva ao terceiro ponto.

Há lojas especializadas em cosplays que vendem acessórios e roupas, mas a maioria dos cosplayers produzem suas próprias fantasias. Embora seja normal contratar costureiros ou encomendar um acessório, tudo depende das habilidades de cada cosplayer. Se ele souber costurar, vai comprar o tecido e fazer sua própria roupa. Há, inclusive, cosplayers que fabricam e vendem cosplays sob medida para outras pessoas, os chamados cosmakers.

O modo como os cosplays são feitos também varia muito. Tudo depende do cosplayer, dos materiais com os quais ele sabe trabalhar ou que acha que ficaria melhor para aquela fantasia. Diferentes tipos de tecido para as roupas, armaduras feitas com EVA, fibra de vidro ou até mesmo papel machê, armas e acessórios feitos de madeira, epóxi, etc. Qualquer coisa pode ser utilizada.



Figura 19: No Anime Dreams 2008, um cosplay do Digimon ExVeemon, feito com o mesmo material dos bonecos de pelúcia.

Mas afinal, o que o cosplayer ganha com isso? Acima de tudo, trata-se de um hobby, ele faz isso porque gosta. Já os que querem algo além de andar nos eventos e ser fotografado, podem participar dos concursos de cosplay. Nos eventos de São Paulo, os concursos têm basicamente as mesmas categorias: desfile (onde o que conta é a perfeição da roupa), tradicional (onde o cosplayer faz uma pequena apresentação teatral de algum trecho que acontece na série) e livre (onde o cosplayer faz uma apresentação que não precisa ter relação com a série original e geralmente pende para o humor).

Essas três categorias são curiosas, pois mostram bem como o cosplay ficou caracterizado no Brasil. Mostra as diferenças entre o cosplay do Japão e o cosplay dos Estados Unidos. O primeiro preza pelo visual, os japoneses devem ser cópias perfeitas dos personagens, enquanto os americanos preferem que o cosplayer seja melhor interpretando o personagem do que sendo parecido com ele visualmente. No Brasil, as duas coisas se tornaram igualmente importantes.

A interpretação dos personagens é sempre um tanto interessante e divertida de se ver e nem sempre parte do cosplayer. Lembro-me de um cosplayer vestido de Jack Sparrow (o protagonista do filme da Disney, Piratas do Caribe) que andava pelo evento do mesmo modo do personagem interpretado por Johnny Depp, cambaleando de um lado para o outro, fazendo muitos gestos e sendo um tanto “folgado” (entrou no meio de um grupo de pessoas que fotografavam um cosplayer vestido de Edward mãos-de-tesoura, outro personagem interpretado por Depp, e posou para fotos ao lado dele). Ele não estava no palco, nem estava sendo fotografado ou filmado o tempo todo, mas andava sempre como o personagem fazia, e roubava a cena onde quer que fosse.

Temos, por outro lado, a relação das pessoas com o cosplayer. As pessoas o tratam como se ele fosse aquele personagem: abraçam-no se for o herói, “atacam-no” se ele for o vilão, conversam sobre suas vidas (as dos personagens, e não as dos cosplayers). Um exemplo disso é um amigo que sempre ia a eventos e perguntava aos cosplayers vestidos de Hyoga (personagem de Cavaleiros do Zodíaco que sempre foi triste por causa da morte de sua mãe) “Como está sua mãe?”. Alguns riam, outros entravam na brincadeira e fingiam chorar.

O cosplay tem muito dessa relação com os outros, muitas vezes desconhecidos, é um modo de fazer amizades. Nem sempre o cosplayer está sozinho, muitas vezes está em um grupo com outros cosplayers vestidos de personagens da mesma série; grupo esse que às vezes se forma no próprio evento, naquela hora. Isso ocorre porque encontrar alguém com um cosplay da mesma série que o seu já significa que há um gosto em comum, o que facilita a interação.

2.2- Conhecendo mais sobre cosplay

Quando pesquisamos inicialmente sobre a palavra cosplay, surgem diversas imagens de jovens japoneses; aí deve surgir a pergunta “O cosplay realmente não é japonês?”. Iremos agora explicar de onde surgiu o cosplay e por que todos pensam que ele veio do Japão.

Há alguns anos atrás era complicado encontrar fontes sobre a origem do cosplay. Muitas pessoas acreditavam que era do Japão, outras acreditavam que era dos Estados Unidos, e ninguém sabia ao certo. Com o tempo, alguns textos antigos foram surgindo e ficou claro: o cosplay surgiu nos Estados Unidos. No entanto, essa história não explicava como o cosplay se tornou tão popular no Japão. Procurando sobre a história do cosplay, encontrei algumas versões em sites feitos por fãs, todos citando as mesmas histórias, algumas vezes com pequenas variações. Com a ajuda de um amigo fluente em japonês, pude encontrar mais detalhes e alguns nomes que facilitaram minha busca. Podemos encontrar essas histórias em sites como o CosplayBR (a maior comunidade online de cosplayers brasileiros) e no livro *Mangatopia* (LUNNING, 2011).

O primeiro cosplay apareceu na First World Science Fiction Convention, em Nova Iorque no ano de 1939, quando o casal de amigos Forrest J Ackerman (mais tarde editor da revista *Famous Monsters of Filmland* e um grande nome na área da ficção científica) e Myrtle R. Jones¹ vestiram-se como personagens de ficção científica, atraindo a atenção dos 185 participantes do evento. A partir do ano seguinte, mais pessoas passaram a usar fantasias, que até então não eram chamadas de cosplay. A prática até então era conhecida como *costuming* e mais tarde seria chamada de *masquerade*, como um baile de máscaras. Desde esta data, os participantes dos eventos eram incentivados a fabricar suas próprias roupas e também a se vestir como os personagens originais criados por eles, sendo esta segunda característica não tão popular no Japão.

¹Em diversos lugares é possível encontrar o nome dela como Myrtle R. Douglas, no entanto, todos citam seu apelido Morojo, que, de acordo com Bosky e Hlavaty (2009), seriam as siglas do seu nome em esperanto.



Figura 20: Forrest J Ackerman e Myrtle R. Jones.
(Fonte: <http://918thefan.com/2012/a-brief-rant-from-the-owl-in-the-rafters/>)

O primeiro cosplay só apareceu no Japão em 1978, no 17º Nihon SF Taikai, uma convenção anual de ficção científica que aconteceu em Ashinoko, na província de Kanagawa. Mari Kotani, escritora e crítica de ficção científica, é considerada a primeira cosplayer japonesa, apesar de haver indícios de outros cosplayers no evento². A razão disso pode ser um desentendimento que ocorreu no dia. Kotani estava fantasiada como o personagem da capa do 7º livro da série Barsoom, do americano Edgar Rice Burroughs, no entanto, as pessoas do evento a confundiram com um personagem do mangá Triton of the Sea, de Osamu Tezuka. Ela não se esforçou para negar isso e a mídia passou a considerar aquele o primeiro cosplay de animê e mangá.

O termo cosplay surgiu apenas em 1983, criado pelo produtor Nobuyuki Takahashi após voltar de uma convenção de ficção científica em Los Angeles. Takahashi decidiu escrever um artigo sobre o tema quando viu que o fenômeno também estava acontecendo no Japão e o nomeou *kosupure*, a abreviação de costume play. Após seu artigo, o cosplay se popularizou de tal forma no Japão que hoje é impossível pensar em cosplay sem pensar em japoneses fantasiados.

A velocidade com que o cosplay cresceu é impressionante: no Comiket (o maior evento de mangás do mundo, que acontece duas vezes por ano) em 1991 havia 200 cosplayers, já em 1994 o número subiu para 6 mil. E não parou aí. Em 1997, o evento contou

²Algumas fontes afirmam que havia outros cosplayers no evento, outros dizem que Mari Kotani foi realmente a primeira (LUNNING, 2011, p. 86). A história sobre o seu cosplay ter sido confundido, apesar de não estar presente em todos os lugares, pode ser uma explicação disso.

com 8 mil cosplayers e, no primeiro Comiket de 2011, de acordo com uma reportagem do programa Zip! da Nippon TV, 15 mil cosplayers estavam presentes.



Figura 21: Matéria na Nihon TV anunciando o número impressionante de cosplayers no Comiket.
(Fonte: <http://otanews.livedoor.biz/archives/51813347.html>)

Não podemos esquecer que por lá é comum ver cosplayers fora de eventos, como, por exemplo, no bairro de Akihabara, em Tóquio. Akihabara é conhecido como um ponto de encontro dos otakus e os cosplayers que andam por lá já se tornaram uma das características da região, que também é conhecida pela infinidade de lojas vendendo produtos relacionados a mangás e games e até restaurantes temáticos onde os funcionários usam cosplay.

Há também revistas especializadas em cosplay, que trazem ensaios fotográficos com cosplayers e tutoriais ensinando técnicas de confecção de acessórios e roupas. Uma dessas revistas, a Cosmode, já tem uma versão online, em inglês. E claro, há muitas lojas que vendem perucas, roupas e outros acessórios para cosplay.

Em 2003 aconteceu o primeiro World Cosplay Summit, um evento internacional que tinha 5 cosplayers de fora do Japão, mais especificamente da Itália, Alemanha e França, com o objetivo de conversar sobre cosplays. O evento tornou-se anual e recebeu participações de mais países a cada ano. Em 2005 houve o primeiro World Cosplay Championship no WCS, torneio mundial que ocorre até hoje e conta com a participação de cosplayers de países como a Alemanha, França, Itália, Estados Unidos, China, Espanha, Brasil, Cingapura, Tailândia,

Dinamarca, Coreia do Sul, México, Austrália, Finlândia, Malásia, Holanda, Rússia, Reino Unido e Indonésia, além do Japão.

Os cosplays vieram para o Brasil no final da década de 1990 e estão aumentando em número a cada ano. No Anime Friends 2007, havia mais de mil cosplayers inscritos no concurso (e nem todos os cosplayers dos eventos participam dos concursos). Graças a esse número, a Yamato decidiu realizar o Yamato Cosplay Cup, um campeonato com cosplayers de todo o Brasil e até mesmo alguns do exterior, algo inédito na América.

O Brasil participou do World Cosplay Summit pela primeira vez em 2006, ganhando o primeiro lugar, o que se repetiu em 2008 e 2011, tornando-se o único país a vencer 3 vezes o campeonato mundial.

Como já dissemos anteriormente, os concursos cosplay brasileiros adquiriram características dos americanos e dos japoneses, e hoje, entre os cosplays que existem no Brasil, já há algumas características daqui. Uma dessas é o chamado cospobre, que é um cosplay feito “nas coxas” com o objetivo de ser engraçado. O cospobre tem até um site especializado que fez um concurso cosplay online e posta imagens dos mais diversos cosplays, todos feitos sem a necessidade de ser fiel ao personagem original, o cospobre.com.

Outra modalidade cosplay bem forte no Brasil é o teatro cosplay. Os participantes do grupo planejam uma apresentação teatral com os personagens, a ser apresentada no evento (não no concurso). Essa apresentação leva meses de ensaios e esforço por parte de todos, para produzir os cosplays, elementos dos cenários, etc.

Assim, podemos ver como o cosplay se tornou forte no Brasil, com milhares de cosplayers se apresentando nos eventos, sites especializados e grupos em redes sociais. Tudo isso graças à afinidade que temos com o Japão e as coisas que vem de lá.

É curioso, no entanto, esse “vem de lá”, sabendo-se que o cosplay não surgiu no Japão. Isso nos leva a questionar o motivo desta prática ter se tornado tão característica daquele país. A seguir, nós estudaremos um pouco sobre diversos temas relacionados a cultura pop japonesa, a fim de entender a importância do cosplay na terra nipônica para que assim possamos entender por que ele se tornou tão popular fora dela.

2.3- A história dos mangás

Dentre os temas relacionados, o mangá é, sem dúvida alguma, um dos que tem a história mais antiga. Para conhecer essa história, tomaremos como base a pesquisa de Sonia Luyten.

O mangá é mundialmente conhecido como a história em quadrinhos japonesa e possui algumas características marcantes, como a leitura de trás para frente, as páginas em preto e branco e personagens com olhos grandes e brilhantes. Nem sempre o mangá foi assim, tanto o modo como era desenhado quanto como era publicado mudou muito durante os séculos. Séculos, pois, apesar do mangá não ser tão antigo assim, suas raízes na cultura japonesa datam do século VII, a época de dois desenhos que foram encontrados nas paredes de templos budistas em 1935. Segundo Sonia Luyten (2000, p. 91) esses desenhos tinham um caráter “profano” e são os “exemplos mais antigos da caricatura japonesa”.

Isso nos leva a definição da palavra mangá:

A própria palavra mangá significa não só história em quadrinhos, mas também revista de história em quadrinhos, caricatura, cartum e até mesmo desenho animado. O termo mangá só se tornou popular no começo deste século por intermédio do desenhista Rakuten Kitazawa, que se empenhou em sua popularização, uma vez que já tinha sido cunhado por Hokusai, famoso xilogravurista da arte Ukiyo-ê. (LUYTEN, Sonia, 2000, p. 43)

Nos séculos XI e XII os desenhos de caricaturas tomaram um outro formato e surgem assim os Emakimono, desenhos em rolos que contavam uma história conforme eram desenrolados. O mais famoso desses rolos de desenhos é o Chojugiga, de Kakuyu Toba, que tem animais como personagens e satirizam o estilo de vida da nobreza japonesa. Até hoje o Chôjûgiga é conservado em Kyoto, na categoria de tesouro nacional (LUYTEN, Sonia, 2000, p.92).



Figura 1: Imagem do Chôjûgiga, de Kakuyu Toba, mostra macacos, lebres e sapos vivendo como seres humanos. (Fonte: <http://pagesperso-orange.fr/bckg/english/galerie.htm>)

Esse tipo de história passa a ser usada para contar histórias relacionadas à religião ou lendas e, mais tarde, ilustrações são inseridas em livros de poemas e novelas. Há uma demanda de entretenimento nos séculos XVIII e XIX, o que faz com que comecem a ser produzidas séries de gravuras contando histórias do cotidiano e livros ilustrados. Isso é de grande importância, pois mostrar o cotidiano se tornaria uma forte característica dos mangás no futuro.

O primeiro desenhista a usar a palavra mangá foi Katsushita Hokusai (1760-1849), que, de acordo com Sonia Luyten, tinha como temas favoritos a vida urbana, as classes sociais, a natureza fantástica e a personificação dos animais, que retratava por meio de caricaturas. Hokusai chegou até a criar um manual ensinando a desenhar.

Segundo Gravett, para Katsushita Hokusai o termo que tinha inventado:

[...] significava rascunhos mais livres, inconscientes, nos quais ele podia brincar com o exagero, a essência da caricatura [...]. Hokusai nunca incluiu a narrativa em seus rascunhos mas, se estivesse vivo hoje, poderia reconhecer no mangá moderno um pouco do gosto pelas expressões grotescas, pela comédia física e pelo desenho sem inibições. (GRAVETT, 2006, p. 25)

Na década seguinte à morte de Hokusai, o Japão começa a restaurar o comércio exterior, o que faz com que o país receba grande influência da Europa. Nesse período, mais especificamente em 1862, o inglês Charles Wirgman cria a revista Japan Punch, a primeira no Japão a utilizar charges políticas de cunho humorístico. De acordo com Gravett (2006), o oficial do exército britânico lançou a revista inspirado pela revista semanal britânica Punch e que ela (a Japan Punch) era direcionada aos estrangeiros que viviam em Yokohama.

Esse casamento difícil entre a inovação ocidental e a tradição japonesa envolvia usar as então moderníssimas chapas de cobre para imprimir os primeiros números no mais fino papel japonês. Esses desenhos eram uma novidade total. Antes disso, fazer caricaturas de pessoas reais ou comentários críticos sobre eventos contemporâneos era proibido no Japão governado pelo xogunato. (GRAVETT, 2006, p. 25)

Influenciado por essa revista, Rakuten Kitazawa inicia sua carreira como caricaturista político e cria, em 1902, a primeira série japonesa de histórias em quadrinhos com personagens fixos, ainda sem usar balões de fala, como Wirgman já havia feito algumas vezes. Kitazawa foi o primeiro cartunista japonês a ser reconhecido internacionalmente.

Sua primeira série de tiras, publicada em 1902 num suplemento semanal de jornal chamado Jiji Manga, era sobre pessoas do interior fascinadas pela cidade grande. Em 1905, Kitazawa criou a Tokyo Puck, uma verdadeira vitrine colorida para os cartunistas japoneses. Ele também conhecia os garotos bagunceiros dos quadrinhos

dominicais americanos, inspirados nas séries européias cheias de lições sobre bom comportamento, como Juca e Chico (Max & Moritz), de Wilhelm Busch. Com base nesses personagens, Kitazawa criou Miss Haneko, uma garota japonesa moderna cujo entusiasmo pela última moda estrangeira geralmente terminava em vexame. (GRAVETT, 2006, p. 25)

As tirinhas de jornais começam a se tornar importantes no dia a dia dos japoneses e Yukata Aso cria uma série chamada Nonki na Tôsan (Papai Otimista) para levantar a moral dos sobreviventes do terremoto de 1923, que matou cem mil pessoas. Nonki na Tôsan se popularizou e mais tarde foi lançada em pequenos livros, tornando-se um best seller.

Nessa mesma época começam a surgir histórias em quadrinhos infantis nos jornais e algumas dessas histórias fizeram tanto sucesso que são lembradas até hoje pelos japoneses. Graças ao número crescente de histórias infantis, surge uma separação entre os diferentes tipos de público. A editora Kodansha lança em 1914 a Shônen Club (uma revista para meninos), em 1923 a Shôjo Club (uma revista para meninas) e em 1926 a Yônen Club (para crianças menores). Essas foram as primeiras das muitas revistas especializadas que surgiriam no Japão.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o governo japonês controlava o conteúdo das histórias em quadrinhos, que eram utilizadas para acalmar a população e ensinar quem eram os “vilões”. No cenário pós-guerra, devido a problemas financeiros, a população passou a procurar outras formas de entretenimento, já que as revistas se tornaram caras. Os kami-shibai se tornam populares para suprir a falta dos quadrinhos. Sonia Luyten explica que eles são:

[...] histórias desenhadas à mão, em cartolinas, colocadas numa caixa, habilmente movidas em cenas sequenciais acompanhadas de efeitos sonoros. Por meio dessa técnica, os narradores iam contando histórias às crianças. Era uma espécie de desenho animado manual e tinha muita relação com a linguagem das histórias em quadrinhos. (LUYTEN, Sonia, 2000, p. 122)

Os kami-shibai continuaram populares até o surgimento da televisão no Japão, em 1953.



Figura 2: Os artistas não cobravam pela apresentação dos kami-shibai, mas ganhavam dinheiro vendendo doces para as crianças que os assistiam.

(Fonte: http://www.town.omachi.saga.jp/03_channel_o/02_rekishi/01_channel_o_rekishi_photo.htm)

As revistas em quadrinhos tiveram vendas baixas até 1941, quando Osamu Tezuka lança *Shin Takarajima*, revista que vendeu centenas de milhares³ de exemplares e revolucionou a história dos mangás.

Tezuka tornou-se um marco no mundo dos mangás, sendo conhecido como o Deus dos Mangás. É considerado o pioneiro dos mangás modernos, trazendo elementos do cinema e do teatro para o papel e também foi o primeiro a introduzir nos personagens os olhos grandes que se tornaram tão marcantes nos mangás.

Após a guerra, ser um mangaká [desenhista de mangás] representava entrar num ramo de competição totalmente novo e uma alternativa criativa ao trabalho no chão de fábrica ou no escritório. Durante os primeiros oito meses de paz, o número de editores de livros e mangás cresceu de cerca de 300 para mais de 2 mil. O mercado de mangás para meninos estava pronto para ser explorado, e histórias destinadas a ele gradualmente começaram a ocupar mais espaços nas revistas mensais que se multiplicavam nas bancas desde o final dos anos 1940, período em que foram

³ O número correto de exemplares vendidos varia. Alguns autores dizem que foram 400 mil exemplares (GRAVETT, 2006, p. 33), outros afirmam que foram 500 mil (SATO, Cristiane, 2005, p. 33).

estabelecidas as fundações da emergente indústria de mangá de massa. Quando ainda era um estudante de medicina na Universidade de Osaka, Osamu Tezuka aproveitava toda e qualquer oportunidade para vender seus personagens a revistas diferentes. Apenas cinco anos depois, em 1952, ele já era o líder do ramo. (GRAVETT, 2006, p. 58)

Na década de 1960 há um aumento nas publicações de revistas de mangá, surgem histórias do cotidiano do trabalhador japonês e, em 1980, os mangás passam a ser utilizados para ensinar economia.

O mangá foi se tornando cada vez mais popular e hoje o consumo de mangás no Japão é enorme. O país é o maior leitor de quadrinhos do mundo e a indústria de mangás gera grande lucro.

A indústria multibilionária dos mangás pode ser comparada a uma bola de neve: diariamente uma legião de desenhistas produz histórias que são publicadas semanal, quinzenal e mensalmente pelas editoras e avidamente consumidas pelo público, em tiragens altíssimas. O sucesso decorrente dos personagens gera a criação de merchandising de todos os tipos: brinquedos, confecções, artigos de papelaria, calçados, video-games, produtos alimentícios, entre outros. Isso, por sua vez, propicia a produção de desenho animado para a televisão, depois para o cinema, desaguando na criação de mais revistas diversificadas e assim sucessivamente, não deixando de proporcionar grossas fatias de lucro a ninguém. (LUYTEN, Sonia, 2000, p. 219)

Isso não ocorre à toa. Os mangás são o mecanismo de fuga da sociedade japonesa, cujos membros vivem sob pressão durante a vida inteira, desde as competições escolares até a rígida disciplina necessária nas empresas. Eles mostram dois lados: a disciplina japonesa e a fantasia. Os leitores, presos à disciplina, querem chegar até a fantasia. Fantasia de vários tipos, para todos os gostos. Sonia Luyten exemplifica bem: os mangás “vendem sonho e fantasia do mesmo modo que as fotonovelas no mundo ocidental” (2000, p. 221).

Na década de 1990 os animês (desenhos animados) são vistos em diversas partes do mundo, o que aumenta o interesse que os ocidentais têm pelos mangás, que passam a ser traduzidos para outras línguas, principalmente para o inglês e o francês, muito mais do que antes.

Hoje o mercado de mangás está formado e há uma grande divisão de público, com revistas especializadas para cada um desses públicos, que geralmente estão separados por temas de interesses específicos, idade e sexo do leitor.

As revistas didáticas são chamadas shôgaku. São feitas para crianças de 6 a 12 anos e têm como objetivo incentivar o estudo. De acordo com Sonia Luyten (2000, p. 50), “há grande variedade de assuntos enfocados como história, língua vernácula, matemática, moda e

conselhos úteis aos alunos, de diversas maneiras: por meio de contos com personagens históricos, fotografias, desenhos, etc”.

Shôjo é o gênero voltado para garotas de 12 a 17 anos, apesar da existência de muitas leitoras mais velhas. É um dos gêneros mais vendidos e “seu êxito se deve, de um lado, à identificação entre as leitoras e as histórias, que são feitas por mulheres, e, de outro, ao traço delicado e suave do desenho” (LUYTEN, Sonia, 2000, p. 51). Os enredos dos shôjo são de romance e drama, com um pouco de comédia, além de sempre contarem a história de garotas tentando encontrar o seu verdadeiro amor, seu príncipe encantado. As histórias também podem falar de separação de casais, rivalidade entre amigas e até da morte como solução de todos os problemas. Algumas histórias assemelham-se as dos shôunen, só que com menos violência e mais romance.



Figura 3: Fruits Basket é um shôjo que conta a história de uma órfã que vai morar na casa de uma família amaldiçoada: Cada um dos 13 membros da família se transforma em um dos animais do zodíaco chinês quando abraçados por uma pessoa do sexo oposto.
(Fonte: <http://comipress.com/article/2007/05/06/1923>)

Os shônen são os mangás para meninos. No Japão, fazem tanto sucesso quanto os shôjo, mas fora do Japão eles são bem mais conhecidos. A característica mais marcante desse

gênero é a aventura. Contam histórias com ação, violência, mistérios, esportes, fortes laços de amizade, etc. A fantasia está muitas vezes presente, em histórias que se passam em mundos com magias, pessoas com poderes, monstros e etc. Geralmente acabam virando games ou sendo baseados neles, já que mostram mundos dos quais o leitor gostaria de participar. São o estilo mais conhecido fora do Japão, com títulos como Dragon Ball, Naruto e Saint Seiya (conhecido no Brasil como Cavaleiros do Zodíaco).



Figura 4: Naruto é um dos mangás mais conhecidos atualmente. É um shônen que conta a história de um ninja que tem um demônio (uma raposa de nove caudas) selado dentro dele.
(Fonte: <http://mangafox.me/manga/naruto/v47/c441/12.html>)

Há também revistas para adultos. No caso dos homens até os 40 anos, são chamadas de seishenshi e contam histórias com temas mais maduros. Há também as revistas de cunho erótico, cujos estilos são, principalmente, ecchi (algo sensual, sem a relação sexual em si) e hentai (que mostra sexo explícito). Há também estilos que contam os romances homossexuais, chamados yaoi (o romance entre homens) e yuri (entre mulheres). Um fato curioso é que os yaoi são vistos principalmente por mulheres, mas deixarei para falar mais a respeito disso quando entrarmos no assunto dos eventos de animê.

Há muitas revistas de mangás no Japão. Elas são diferentes da com que estamos acostumados, pois, diferentemente dos HQs ocidentais, onde cada revista conta a história de

um herói, por exemplo, as revistas de mangá japonesas têm centenas de páginas e trazem várias séries diferentes, um capítulo de cada uma. Quando uma série faz sucesso nessas revistas, aí sim, é lançada em volumes próprios, chamados de tankôbon, contendo vários capítulos.

As revistas de mangás têm tiragens enormes. Algumas são mensais, outras semanais, etc. A maior delas, a Weekly Shonen Jump tem uma tiragem média semanal de 3 milhões de exemplares e mais de 400 páginas. Na época de ouro da revista, ela chegou a vender 6 milhões de exemplares por semana⁴. Interessante notar que essas revistas hoje em dia têm preços acessíveis e, por serem muito volumosas, há o costume de comprá-las e abandoná-las em algum lugar após terminada a leitura. Assim, não é incomum encontrar exemplares da Jump largados nos metrô ou jogados no lixo.



Figura 5: Revistas de mangá do Japão. Cada uma tem um público determinado, geralmente baseado na idade do leitor ou nos temas dos mangás publicados nelas. De periodicidade semanal ou mensal, cada título tem uma tiragem que varia de 90 mil a um milhão de exemplares.

(Imagem retirada de: <http://www.interney.net/blogs/maximumcosmo/?cat=3076>)

Todos os dias novas revistas de mangá são entregues e empilhadas nas bancas, ainda com tinta fresca e o cheiro dos produtos químicos usados na manufatura. Elas mantêm sempre uma grande quantidade de histórias, para atrair o leitor. Os preços são mantidos baixos para estimular a pessoa a começar a ler uma história e, caso se interesse, assegurar ela que vai continuar a acompanhá-la revista após revista. Uma das mais antigas, a semanal para meninos Shonen Sunday, por exemplo, custa míseros 220 ienes, cerca de 2 dólares, e tem mais de 400 páginas. (GRAVETT, 2006, p. 17)

⁴ Esses números podem ser observados no artigo The rise and Fall of Weekly Shonen Jump: A Look at the Circulation of Weekly Jump do site Comipress.

Apesar de muito famosos no ocidente, os mangás são feitos por japoneses, para japoneses, como explica Luyten:

Os heróis e as heroínas partem da realidade nipônica, ou então justamente do seu oposto; em ambos os casos, o que conta é a vida no Japão. Educando, divertindo, acusando ou alienando, o elo com o leitor ou leitora é sempre bastante evidente. Dessa maneira, os mitos, os ideais e os sonhos japoneses são sempre muito bem retratados, e não os de outras sociedades. (LUYTEN, Sonia, 2000, p. 172)

Mesmo assim, não podemos esquecer que o mangá ainda é o mecanismo de fuga, ou seja, muitas vezes o Japão que é mostrado no mangá não é o Japão real, é, como disse Luyten o ideal e o sonho japonês.

2.4- A história do animê

Os animês são os desenhos animados japoneses. A palavra significa desenho animado ou animação, ou seja, todos os desenhos animado são chamados de animê no Japão. No entanto, a palavra passou a ser utilizada no ocidente para designar exclusivamente os desenhos animados produzidos lá, como um estilo diferente. Os animês foram a causa da popularização do mangá fora do Japão, porque muitas vezes eles são feitos baseados nos mangás e chegam com mais facilidade em outros países. Além disso, os animês ajudaram os leitores a se acostumarem ao traço dos mangás. Não são raras as ocasiões em que a versão animada de uma série se torna mais famosa do que sua versão em papel.

Os primeiros desenhos animados exibidos no Japão foram curta-metragens estrangeiros, na década de 1910. Eles incentivaram a produção independente, como aconteceu no caso do desenhista Seitaro Kitayama. Kitayama produziu pequenas animações contando lendas japonesas, como Saru Kani Kassen, em 1913, e Momotaro, em 1918. Este último foi a primeira animação japonesa exibida no exterior (na França), conforme afirma Cristiane Sato (2005).

Várias técnicas foram testadas pelos desenhistas japoneses com o objetivo de deixar o desenho mais bonito ou diminuir custos de produção. Alguns exemplos são Junichi Kouchi e Oten Shimokawa, na década de 1920. Kouchi utilizava mais nanquim para que o desenho tivesse muitas tonalidades de cinza, enquanto Shimokawa fotografava desenhos que fazia com giz em uma lousa para reduzir gastos.

Zenjiro “Sanae” Yamamoto produz o primeiro drama animado em 1925, chamado Ubasute Yama (que seria “a montanha onde se abandonam os idosos”). Em 1927, Yasuji

Murata é o primeiro a utilizar técnicas norte-americanas e fotografa 24 quadros por segundo. Outro nome importante é o de Nobuto Ofuji, que produziu Kujira em 1927 e, em 1930, Osekisho, a primeira animação com som. Segundo Cristiane Sato (2005, p. 30), Osekisho “afirmou que a animação não era necessariamente uma arte cômica, mas uma forma de cinema viável para tratar de temas adultos, dramáticos e eróticos”. Em 1937 Ofuji cria a primeira animação em cores: Katsura Hime (Princesa Katsura).

A década de 1930 foi caracterizada pelo militarismo e o governo passa a controlar os estúdios de animação, exigindo a produção de desenhos com caráter educacional militar. Os que não aceitavam as condições do governo eram afastados da produção ou até mesmo exilados.

Entre 1933 e 1935 Mitsuyo Seo produziu Osaru no Sankichi (Sankichi, o macaco), uma minissérie que conta a história de um exército de macacos, ilustrando o que acontecia na época.

Com o final da guerra, a situação financeira do Japão não permitiu a produção regular de animês e muito do que foi produzido na época foi perdido.

Uma das conseqüências imediatas do processo de desmilitarização foi a censura implantada pelos vencedores, agora no sentido de impedir a manifestação e a propagação de idéias ultranacionalistas e bélicas. O Departamento de Propaganda das Forças de Ocupação analisou quase toda a produção cinematográfica japonesa feita durante o governo militar. Mais da metade das obras consideradas militaristas ou propagandistas analisadas foram condenadas à destruição. De muitos desenhos produzidos nesse período, restam apenas ilustrações ou relatos de que eles existiram. (SATO, Cristiane, 2005, p. 31)

Como foi dito anteriormente, o Japão passa a ter uma forte influência do ocidente nesse período e é justamente aí que surge a palavra animê, derivada do inglês animation. A palavra passa a ser usada para definir todos os tipos de desenhos animados, já que antes eles eram chamados de dōga (imagens em movimentos), o mesmo termo utilizado para filmes.

O estúdio Shin Nihon Dōga é criado em 1945 com a união de cerca de 100 desenhistas, durando dois anos. Dois de seus ex-membros, Zenjiro “Sanae” Yamamoto e Kenzo Masaoka fundam o Nihon Dōga em 1947 e este estúdio dura três anos, até Yamamoto se aposentar. Masaoka funda então o Toei Dōga, que se fundiria a outro estúdio em 1956, passando a ser conhecido como Toei Animation.

Kon Ichikawa se destacou na década de 1940 por uma produção com bonecos em stop motion, ficando conhecido mais tarde por seus live actions. Dentro desse gênero, os tokusatsu, histórias de ficção científica com monstros e super heróis, ficaram mais

conhecidos. O tokusatsu ganhou força nas décadas de 1960 e 1970 e chegou a disputar em popularidade com os animês entre as crianças, com séries como Ultraman (de Eiji Tsuburaya) e Kamen Rider (de Shotaro Ishinomori, desenhista de mangá e discípulo de Osamu Tezuka).



Figura 6: Os tokusatus começaram a fazer um grande sucesso na década de 1960, com franquias como Ultraman (à esquerda), de 1966, e Kamen Rider, de 1971. Essas séries fazem tanto sucesso que uma nova versão é lançada assim que a anterior termina. Kamen Rider Black RX (à direita), de 1988, fez grande sucesso no Brasil e é uma das muitas séries baseadas no Kamen Rider original, que, desde 2000, são lançadas anualmente. (Fonte: <http://www.japanhero.com>)

Noburo Ofuji faz uma refilmagem de Kujira em 1953 e o apresentou no Festival de Cannes. Em 1955, é premiado no Festival de Veneza com a animação Yurei Sem.

Hakujaden é produzido em 1958 por Taiji Yabushita, e se torna o primeiro longa-metragem em cores do Japão pós-guerra. Cristiane Sato conta que Hakujaden é equivocadamente considerado como a primeira animação japonesa por fãs de animês, mas que a produção “deu início ao desenvolvimento industrial da animação no Japão” (2005, p. 33).

Osamu Tezuka, o Deus dos Mangás, começou sua carreira na animação junto aos estúdios Toei com o longa Saiyuki, em 1959 e, em 1961, fundou seu próprio estúdio, Mushi Production. Na década de 1960 a TV começava a se popularizar e a Otogi Production lança, em 1962, o que seria a primeira série animada para TV, Manga Calendar. No entanto, a série teve poucos capítulos, levados ao ar irregularmente e só no ano seguinte a TV japonesa tem

uma série com capítulos exibidos regularmente, Tetsuwan Atomu, ou como é conhecida hoje, Astroboy, de Osamu Tezuka.

Naquele ano havia outras cinco séries de animê na TV japonesa: Ookami Shōnen Ken, Eitoman, Tetsujin 28 Go e Sennin Buraku. Cristiane Sato (2005, p. 34) faz uma observação interessante a respeito disso: “até hoje, no Brasil, nunca houve cinco séries de animação nacionais no ar na TV no mesmo ano”.

No ano seguinte, Tezuka exporta Astroboy e cria a primeira série a cores: Jungle Taitei, conhecida no ocidente pelo nome de Kimba, o Leão Branco. O Deus dos Mangás produziu longa-metragens para cinema com temas complexos e até mesmo conteúdo adulto. Tezuka trabalhou com mangás e animês até o final de sua vida, em 1989.



Figura 7: Kimba, o Leão Branco, foi a primeira série animada à cores na TV japonesa. Contava a história de um filhote de leão que perdeu os pais e tinha como objetivo crescer para proteger a selva. Há quem diga que os estúdios Walt Disney plagiaram Tezuka ao lançar O Rei Leão, porém nada foi provado. (Imagem retirada de: <http://tezukaosamu.net/en/anime/33.html>)

Na década de 1960 o número de produtoras começa a aumentar e, consequentemente, o número de animês também. São criadas publicações para que os telespectadores saibam o que está se passando na TV e os gêneros de animê são divididos em diversos tipos como ação, ficção científica, robôs gigantes, esportes, sexo, entre outros.

A partir da década de 1970, graças ao incentivo de muitos artistas, surge o termo anime songs, usado para definir músicas que serviam como abertura, encerramento e tema de personagens das séries de TV. Por não terem um estilo definido (podiam ser rock, pop, etc),

diversos cantores e bandas eram chamados para gravar essas músicas e muitos se tornaram conhecidos no mundo todo graças a elas.

Os dubladores dos personagens de animê também passam a ser famosos, ganham legiões de fãs e revistas especializadas, são chamados para entrevistas em programas de TV, contratados para shows onde interpretam os personagens ao vivo e cantam as músicas da série.

A partir da década de 1980 os animês começam a ser produzidos em massa e os estúdios passam a contratar muitos animadores. Surge o termo otaku, designando os fanáticos por animês e mangás, que será explicado melhor mais à frente.

Hayao Miyazaki funda sua própria produtora, a Studio Ghibli, onde faz alguns dos longas-metragens de animação mais famosos do Japão. Miyazaki lança em média um desenho animado a cada dois anos. São eles: Nausicaä do Vale dos Ventos (1984); Laputa, o castelo nos céus (1986); Meu amigo Totoro (1988); O serviço de entregas de Kiki (1989); Porco Rosso (1992); Princesa Mononoke (1997); A viagem de Chihiro (2001); O castelo animado (2004); e Ponyo (2008).



Figura 8: A Viagem de Chihiro, vencedor do Urso de Ouro do Festival de Berlim de 2002 e do Oscar de melhor animação de 2003.
(Imagem retirada de: <http://www.cinematicparadox.com/2012/07/dipping-my-toes-in-anime-spirited-away.html>)

Em 1988, o mangá Akira ganha uma versão animada, produzida por seu próprio criador, Katsuhiro Otomo. Akira se torna um marco da animação japonesa, conhecido

mundialmente por suas técnicas de animação computadorizadas e estilo de animação tradicional, além do seu enredo baseado na ficção científica com um futuro catastrófico.



Figura 9: Akira revolucionou os animês, não apenas pelo seu visual. Seu enredo cyberpunk e pós-apocalíptico influenciou muitos outros filmes. A revista britânica Empire, que fala sobre cinema, tem em seu site a seguinte afirmação sobre Akira: Simply put, no Akira, no Matrix. It's that important. (Imagens retiradas de: http://www.asianblurayguide.com/capture/382/akira_anime_usa/)

A partir daí, os animês passam a exportar a cultura japonesa para o ocidente e se tornam cada vez mais populares no mundo todo, despertando interesse nos ocidentais em descobrir como é o Japão.

2.5- Mangá no Brasil

Graças à imigração japonesa depois da Segunda Guerra, os mangás chegaram muito rápido no Brasil, afinal, eram uma forma dos japoneses manterem proximidade com seu país, já que os mangás estavam sempre ligados ao contexto atual do Japão e ajudavam aos imigrantes a ficar em dia com novos termos utilizados no Japão, que geralmente vinham da língua inglesa.

Até aí, os mangás eram conhecidos apenas pelos imigrantes, os brasileiros não tinham contato com essas histórias, já que não eram publicadas aqui, e o seu conhecimento a respeito do estilo de desenho japonês surgiu a partir dos animês na década de 1960.

Os primeiros passos dos mangás fora das colônias de imigrantes japoneses foram com as fanzines, que eram revistas de histórias em quadrinhos ou sobre histórias em quadrinhos feitas por fãs. O termo surgiu na década de 1930, mas só apareceram no Brasil em 1965, com boletins de histórias em quadrinhos, críticas e comentários a respeito. Como podemos imaginar pelo nome, as fanzines eram publicações amadoras (MAGALHÃES, 1993, apud ANDRAUS, 2005, p. 66). O estilo de desenho japonês só apareceu nas fanzines entre o final da década de 1960 e começo da década de 1970, quando os descendentes dos japoneses deixaram de apenas ler os mangás. A partir daí “tivemos uma geração de nisseis desenhando mangá antes de qualquer outro país no mundo” (LUYTEN, Sonia, 2008, apud MIKEVIS, 2008).

Na década de 1980, algumas editoras começaram a importar mangás, tendo como intermediárias as editoras norte americanas. De acordo com Gusman (2005), isso trouxe alguns problemas para os fãs de mangás, já que as editoras norte-americanas invertiam os fotolitos das páginas para que a leitura se tornasse da esquerda para a direita, adaptando o mangá para a leitura ocidental, o que tornava algumas cenas estranhas, pois personagens usavam relógios no braço direito ou se cumprimentavam com a mão esquerda, etc.

Em 1984 surge a Associação Brasileira de Desenhistas de Mangá e Ilustrações (Abrademi), e começam a aparecer grupos de desenhistas espalhados pelo Brasil, criando fanzines. De acordo com Francisco Noriyuki Sato (2005), na data em que escreveu seu artigo, havia cerca de 500 grupos de desenhistas de mangás, porém, a Abrademi era a única instituição legalizada. Em 1990, o número de desenhistas com o intuito de tornar suas histórias em produtos profissionais aumenta, e aparecem as revistas impressas em gráficas e com patrocínio.

O número de revistas desenhadas no estilo japonês vai aumentando com o tempo e, em 1999, é lançado Holy Avenger, o mangá brasileiro mais famoso e mais duradouro, com 42 edições mensais.

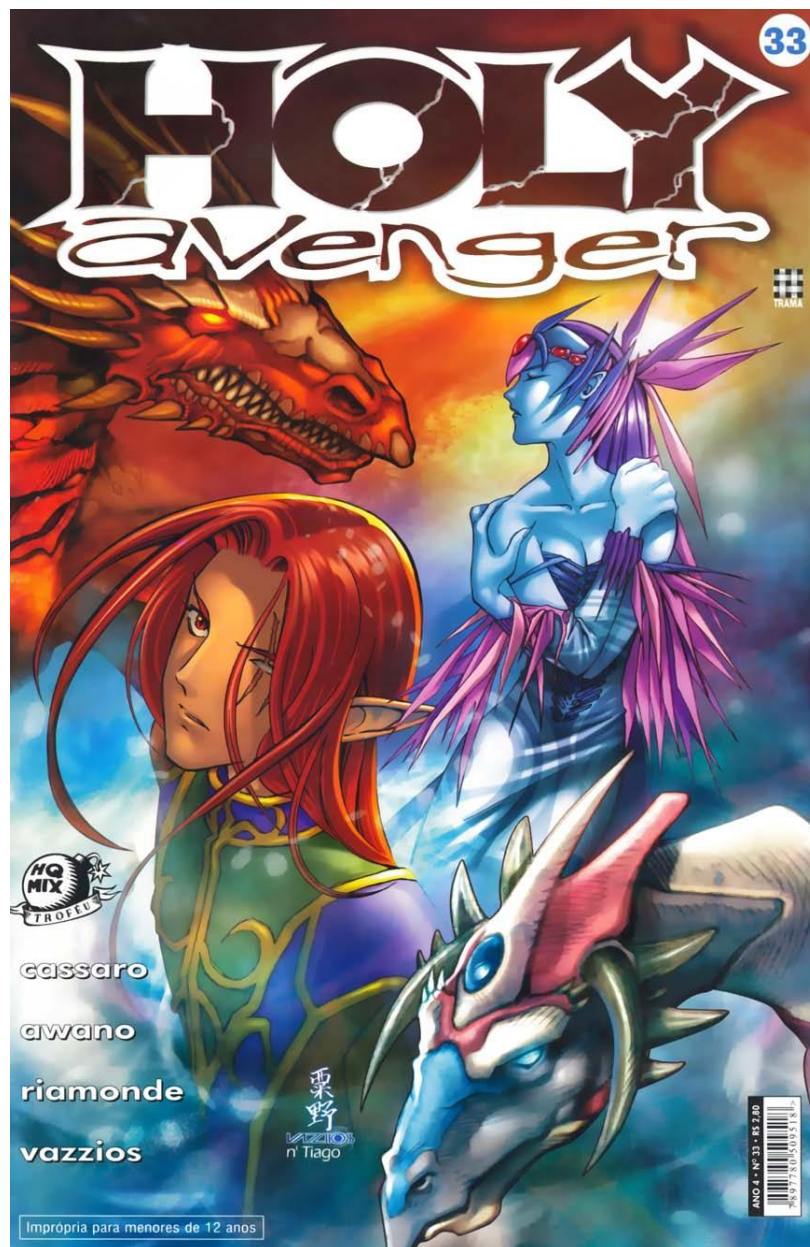


Figura 10: Holy Avenger, um mangá brasileiro que se tornou conhecido também no exterior. (Imagem retirada de: <http://tavernadoelfo.blogspot.com.br/2010/01/holy-avenger-v.html>)

A partir de 2000, as editoras começam a importar mangás direto do Japão, devido ao sucesso que as versões animadas tiveram na TV nacional. Dessa vez os mangás vinham no formato original e as onomatopéias eram mantidas em japonês. Somando isso à crise que os quadrinhos de super-heróis estavam tendo no Brasil, surge uma nova era no mercado de quadrinhos nacional, conforme afirma Gusman (2005). Os mangás se tornaram a principal fatia do mercado de quadrinhos brasileiro.



Figura 11: Dragon Ball é uma das séries de animês e mangás de maior sucesso no mundo e é conhecido por muitas pessoas que nem sequer a assistiram. Surgiu em 1986, mas só foi exibido no Brasil dez anos depois. Até hoje é lançada uma enorme quantidade de produtos relacionados à série, como bonecos, cards e games. Em abril de 2009, no Japão, a sequência de Dragon Ball (Dragon Ball Z) começou a ser refeita, com o título Dragon Ball Kai e com um número menor de episódios.
(Imagem retirada de: <http://p2p101.com/thread-1725914-1-1.html>)

Hoje, o número de mangás traduzidos para o português aumentou muito, mas ainda está longe da quantidade de mangás lançada no Japão. Também é relativamente fácil conseguir mangás japoneses, com compras pela internet ou até mesmo em lojas de revistas especializadas, muitas delas localizadas no bairro da Liberdade em São Paulo. Além disso, para os mangás que não foram traduzidos, há sempre uma solução: jovens escaneiam as páginas dos mangás assim que são lançados no Japão e as divulgam na internet, enquanto diversos grupos chamados de “scanlators” traduzem as páginas e colocam os mangás em seus sites, gratuitamente, em diversas línguas. O mesmo acontece com animês, cujos episódios são legendados por grupos chamados “fansubs”.

2.6- Os otakus

Otaku é uma palavra complicada, por carregar um significado abrangente e que se modificou aos poucos no decorrer dos anos. A palavra tem uma história interessante e pretendemos falar aqui de apenas alguns fatos curiosos a respeito para que o leitor consiga entender como o termo é utilizado hoje.

O termo foi criado em 1983 pelo jornalista japonês Akio Nakamori. Na forma como é escrito, com o alfabeto katakana (usado para transcrever termos estrangeiros), a palavra se diferencia do significado mais antigo, que é 'casa'. Otaku, na concepção original de Nakamori, é um indivíduo que vive 'fechado em um casulo', isolado do mundo real e dedicado a um hobby. É possível encontrar aquele que coleciona tudo sobre uma modelo-cantora (como as ninfetas denominadas pop idols), bandas de rock, filmes de monstros ou, naturalmente, personagens de mangá. Não deixa de ser parecido com um torcedor fanático por seu time de futebol, mas levado às últimas conseqüências (como tantos torcedores que até brigam por seus clubes). (NAGADO, 2005, p. 55)

Em japonês, o termo otaku possui dois significados primordiais, que já existiam na língua antes do aparecimento do fenômeno em si. O primeiro corresponde à leitura de um dos caracteres japoneses utilizados para designar a habitação, o lugar onde se vive. O segundo significado da palavra é uma extensão do primeiro sentido: é um tratamento impessoal de distanciamento que os japoneses utilizam quando precisam dirigir-se a alguém sem, contudo, desejar aprofundar a relação travada. [...] Se o termo logo foi aceito para designar essa nova geração de jovens; é porque ele contém em uma mesma palavra as duas principais características da síndrome. Efetivamente, os otaku têm aversão a aprofundar as relações pessoais, e preferem ficar fechados em casa, no quarto, onde acumulam tudo o que pode satisfazer sua paixão. (BARRAL, 2000, p. 25)

Como podemos ver por meio dessas definições, a palavra surgiu para definir aqueles que eram fanáticos por determinada coisa que podia ser feita sem sair de casa, e mais tarde seria utilizada para definir principalmente os fanáticos por mangás, animês, videogames, tecnologia, etc.

Inicialmente, o termo não era muito conhecido, não havia nenhum motivo para isso, já que os otakus não eram exatamente o tipo de pessoa que chamava atenção, por quase não saíam de suas casas. Foi assim até ocorrer um fato que marcaria a história do Japão e mudaria esse cenário.

A história, contada com detalhes pelo jornalista francês Étienne Barral em seu livro sobre otakus (BARRAL, 2000, p. 216), é basicamente a seguinte:

No verão de 1988 uma garota desapareceu, a primeira de quatro meninas, entre 4 e 7 anos de idade, que tiveram um triste final. Todos os casos receberam muita atenção da mídia e a polícia não conseguia achar o responsável, até que a família da primeira vítima recebeu

pelos correios uma encomenda contendo os dentes e alguns ossos da criança. Algum tempo depois, a família recebeu uma carta assinada com um nome feminino, que dizia ser responsável por todos os crimes. Só em julho de 1989 a verdade foi revelada: Miyazaki Tsutomu, um homem de 27 anos, foi preso enquanto tentava sequestrar sua quinta vítima. Ele confessou rapidamente os crimes e a polícia o levou ao público dias depois. Foi então que começou o que Barral chamou de “o caso M.”.

Com o nome do assassino revelado, a mídia não perdeu tempo, e logo foi atrás da família de Miyazaki. Seu pai, acreditando na inocência do filho, permitiu que os repórteres entrassem no quarto do rapaz. A partir do momento em que os repórteres entraram, o Japão sabia o que era um otaku e sabia que Miyazaki Tsutomu era um deles.

No quarto de Tsutomu, quase 6 mil fitas de vídeo empilhadas e revistas de mangá espalhadas pelo quarto revelavam os gostos sexuais de seu proprietário. Muitos otakus constataram, observando minuciosamente as imagens do quarto de Tsutomu, divulgadas pela imprensa, que ele possuía uma bela coleção de vídeos de efeitos especiais, do tipo Ultraman, gênero que apaixona os jovens de 6 a 12 anos. Outros reconheceram, com mais ou menos agrado, suas leituras favoritas no quarto do jovem otaku assassino. (BARRAL, 2000, p. 217)

Assim surgem diversos artigos sobre os otakus, tema que antes só era conhecido pelos próprios. Conforme as investigações avançavam, foi descoberto que Miyazaki havia abusado sexualmente das meninas e até decepado e comido partes de seus cadáveres. Tudo foi filmado por ele. Miyazaki nasceu com um problema nas mãos e por essa razão foi humilhado por colegas de classe em toda sua vida escolar. Só ficava em paz dentro de seu quarto ou com seu avô. O rapaz começou a praticar os crimes três meses após a morte do avô, e fazia rituais macabros com os corpos das meninas na esperança de ressuscitá-lo.

Miyazaki era o perfeito estereótipo dos otakus, e se Miyazaki era um assassino, então todos os otakus também eram assassinos em potencial, ou pelo menos era isso que todos pensavam naquela época.

O termo ganhou uma enorme carga pejorativa e os próprios otakus não queriam mais ser chamados dessa maneira. Eles escondiam de todos suas paixões por mangás, games, brinquedos, etc. para não serem comparados a Miyazaki.

No entanto, esse caso não foi o bastante para acabar com os otakus. Conforme o tempo passava, o mercado de mangás e animês crescia, e, conseqüentemente, havia mais merchandising para satisfazer esses jovens. Havia otakus de mangás, animês, de cantoras, de bonecas... De tudo o que era possível colecionar coisas a respeito. Dentre os otakus, o mais respeitado era aquele que sabia mais, o que tinha mais produtos e mais informações sobre

determinado tema. Eles colecionavam tudo sobre o que gostavam: revistas, recortes de jornal com matérias sobre o tema, gravações de episódios e entrevistas que apareciam na TV. Mesmo assim, não admitiam ser chamados de otakus.

Os otakus, assim como Miyazaki, tinham problemas em se socializar, um reflexo da rigidez disciplinar que existe no Japão. Com medo de serem feridas (tanto física quanto moralmente) por outras pessoas, as crianças e jovens otakus preferiam passar seu tempo em casa, com seus personagens fictícios, que jamais os decepcionariam. Preferem o 2D ao 3D.

Essa afeição muitas vezes acaba se tornando algo mais e alguns otakus se apaixonam pelos personagens. Barral (2000) conta o caso de um otaku colecionador de bonecas que diz que sua boneca favorita é uma companheira perfeita que jamais iria ferir seus sentimentos. Este homem, assim como outros otakus, sabe que a boneca não é uma pessoa de verdade e que é só uma visão fantasiosa de uma mulher perfeita, mas prefere não perder tempo buscando uma pessoa real, para evitar todo o trabalho de um relacionamento e as possíveis mágoas.

Há também os otakus fãs de artistas, que seguem suas musas em todos os seus shows, fotografando, colecionando autógrafos, etc. E é bom que o artista corresponda às suas expectativas, ou encontrará uma avalanche de fãs enfurecidos. O mangá Bakuman mostra um caso como esse em alguns de seus capítulos, onde os fãs de uma dubladora descobrem que ela tem um namorado e perdem a visão de garota inocente que tinham dela, passando a enviar cartas contendo xingamentos e dizendo que ela enganou a todos. O empresário da dubladora faz o possível para convencê-la a dizer publicamente que ela não tem um namorado e continuar com sua imagem. Apesar de ser um caso fictício de um mangá, essa relação entre o artista e seu fã é bem real e no Japão há até mesmo empresas que escolhem crianças e escolas que as preparam desde cedo para que se tornem ídolos mais tarde.

O mercado aprendeu a se aproveitar muito bem disso, vendendo bonecas baseadas em garotas colegiais, livros de fotos de colegiais de biquíni, etc., tudo o que for possível para realizar as fantasias dos otakus.

Os otakus transformaram-se em grandes consumidores e graças a isso, o preconceito foi diminuindo com o tempo, afinal, por que tratar mal um grande cliente? Não apenas isso, mas também o fato de que os anos estavam passando e a primeira geração de otakus se tornava adulta. Eles sabiam as tendências do mercado e eles se tornaram profissionais. Empresas começaram a ser controlados por otakus, como é o caso do estúdio de animação Gainax, fundado por um grupo de jovens otakus na década de 1980 e que hoje é conhecido por grandes títulos como Neon Genesis Evangelion.

Outro exemplo disso é o artista Takashi Murakami, criador do movimento Superflat, que surgiu em 2001, visando exagerar e até satirizar elementos da cultura otaku, cultura que, para ele, representa a cultura de massa japonesa, baseada no vazio causado pelo consumo. Murakami fez parte da primeira geração de otakus e hoje é conhecido mundialmente, tendo feito até mesmo peças publicitárias para a empresa Louis Vuitton.

Por causa desses e de outros profissionais, a cultura otaku hoje está difundida em todo o Japão e também fora dele. O termo que já foi tão carregado de preconceito, hoje é bem mais respeitado, principalmente fora do Japão, como veremos adiante.

O significado dessa palavra por aqui tem algumas diferenças. Por um lado temos aqueles que conhecem o significado literal da palavra, que a conhecem como um termo pejorativo (conhecendo ou não a história de Miyazaki Tsutomu), por outro, há aqueles que não têm nenhuma informação sobre o surgimento do termo e acham que otaku significa “fã de animê e mangá”.

Ou seja, nós temos tanto pessoas que detestam ser chamadas de otaku quanto as que dizem ser otaku com orgulho. E isso se torna interessante quando vemos que, muitas vezes nenhum deles sequer se encaixa no perfil do otaku japonês, graças a diferenças sociais e financeiras, inclusive. Quantos brasileiros, por mais que amem seus animês, têm condições financeiras para colecionar produtos importados? Quantos jovens podem sequer ter um único boneco da série Gundam quando este pode custar, nas lojas do bairro da Liberdade, até mil e quatrocentos reais? Ser otaku nos moldes dos otakus japoneses sai caro.

Podemos dizer que nossos otakus são iguais aos deles? Talvez não tenhamos tantas pessoas com dificuldades para sair de casa ou com quartos abarrotados com todo o merchandising de determinada série, mas ainda temos grupos que disputam para saber quem assistiu mais animês ou quem tem mais episódios salvos no seu computador. Os otakus japoneses e os otakus brasileiros (talvez possa até mesmo dizer “otakus ocidentais”) são diferentes, se é que podemos chamar os nossos de otakus. É necessário ter isso em mente quando usarmos esse termo, não podemos esquecer a história por trás dele e não podemos esquecer, também, que aqui no Brasil esta história pode não ser conhecida. Quando falamos de otakus por aqui, precisamos nos lembrar de tudo isso e usar a palavra com cautela. Aqui usaremos a palavra otaku como ficou popularmente conhecida no Brasi (como fãs de animê e mangá), não com o objetivo de tornar essa definição a forma correta, mas como uma forma de lembrar as origens japonesas e deixando de lado o caráter pejorativo do termo.

2.7- O Comiket

O Comic Market, ou Comiket, como é conhecido, é o maior evento de mangás do Japão. Foi criado em 1975, com o objetivo de reunir fãs de animês, mangás e games no geral. O foco do evento eram (e ainda são) os dōjinshis, um termo que pode ser utilizado tanto para definir mangás desenhados por amadores quando grupos que desenhavam tais mangás.

Dentro do local, estandes de vários desenhistas mostram as obras de seus donos, todos amadores até então, prontas para serem vendidas. A ideia inicial era de que estes desenhistas pudessem se encontrar com outros desenhistas e fãs para trocar ideias e mostrar suas obras, que não possuíam relação com nenhuma editora. Durante muitos anos o Comiket seguiu essa linha, até que, com o crescimento do evento, passaram a aceitar que as editoras também estivessem presentes.

A primeira edição do evento aconteceu no dia 21 de dezembro e contou com a participação de 32 grupos de desenhistas e 600 visitantes (INOKAI, Apud WILSON e TOKU, 2003), número que aumentou muito até a atualidade, chegando até 500 mil visitantes de todo o mundo em 2011, o que é um tanto curioso quando pensamos no preconceito que havia em relação aos otakus no passado.



Figura 12: Imagem da Nihon TV mostrando a entrada do Comiket.
(Fonte: <http://otanews.livedoor.biz/archives/51813347.html>)

O evento ocorre duas vezes por ano e tem quatro dias de duração. Cada um dos dias é mais focado em um público: há um dia focado no público feminino, outro no masculino e até um dia onde as temáticas dos dōjinshis são pornográficas.

Mas afinal, sexo é realmente tão importante nessa história? Sim, e a razão disso vai além do que normalmente pensamos. Deixaremos claro um detalhe: dōjinshis são mangás feitos por amadores, que podem ser tanto uma história original (com personagens criados pelo desenhista) ou histórias que usem séries já existentes. Ambos os tipos podem ou não ter conteúdo pornográfico, depende do público que o autor quer atingir. Até aí tudo está claro, mas o curioso não é o sexo em si, e sim como ele se apresenta. Por um lado é fácil entender que existam mangás pornográficos (chamados hentai, que em japonês significa pervertido) que abrangem histórias com os mais diversos fetiches, mas o que me interessa neste momento é falar a respeito das histórias baseadas em séries já existentes. Não basta assistir um animê na TV, há também a vontade de ver lados dos personagens que não aparecem nos originais, por mais que nem sempre sejam fiéis à personalidade original. A preferência pelo 2D ao invés do 3D cria laços que agora dão um passo a mais: a intimidade daqueles personagens. E, como era de se esperar, isso não passa de um reflexo da sociedade japonesa.

E possivelmente o exemplo mais interessante disso sejam os yaoi. Como foi dito anteriormente, os yaoi são mangás que contam romances entre homens, mostrando sexo explícito. Sua versão mais leve, boy's love ou shōnen-ai, segue a mesma temática, e por mais que o sexo faça parte das histórias, ele é retratado sutilmente. O que acho mais curioso nos yaoi são as histórias de séries já existentes, que transformam personagens heteros em homossexuais. Não importa se aquele personagem for apaixonado por uma mulher no original, naquele determinado dōjinshi ele vai ficar com um homem, seja ele seu amigo, parente, inimigo, completo desconhecido, etc. Qualquer coisa é válida. O próprio termo yaoi surge daí, com as palavras yamanashi (sem clímax), ochinashi (sem conclusão) e iminashi (sem significado). O que tem de mais curioso é que geralmente essas histórias são criadas por mulheres, para mulheres.

Existem algumas hipóteses em relação ao motivo desses mangás fazerem tanto sucesso, todas relacionadas diretamente ao papel que a mulher tem na sociedade japonesa. Étienne Barral (2000, p. 146) diz que é uma espécie de vingança, pois quanto mais “macho” era um personagem, mais ele seria “rebaixado” e “feminilizado” nos yaoi. É uma inversão de papéis, que de acordo com Barral, “é uma reinvidicação disfarçada das jovens para um maior reconhecimento de seu sexo no seio da sociedade japonesa”. Tanto Barral quanto os pesquisadores citados no texto de Wilson e Toku (2004) afirmam que as leitoras gostam do

yaoi por ser diferente da realidade, porque elas podem sonhar com um amor real diferente do que é esperado (que seria o casamento heterossexual), sem as obrigações e responsabilidades de se casar, engravidar, etc. Novamente os mangás servem como válvula de escape, um meio de ser diferente dentro de uma sociedade na qual ser igual aos outros é a tradição.

E aí entram também os cosplays, hoje presentes em grande número no Comiket e em tantos outros eventos no mundo todo. Acredito que seja válido deixar aqui a resposta que Étienne Barral teve ao perguntar a um cosplayer que encontrou no Comiket sobre o motivo de estar fantasiado (2000, p. 140): “É uma maneira de me fazer notar, de facilitar os contatos. Você teria me interpelado se eu estivesse como um ‘civil’? O Comiket é uma festa, um espaço de liberdade. Não é necessário ser você mesmo”.

2.8- Eventos de animê no Brasil

Por aqui são os eventos sobre cultura japonesa, animê e mangá que geralmente juntam os cosplayers, apesar de que esses apareceram pela primeira vez em convenções de ficção científica e RPG na década de 1980. Os primeiros eventos dedicados aos animês aconteceram na década de 1990, começaram com grupos de fãs que se reuniam em algum lugar para assistir animês (como, por exemplo, o SESC, no Rio de Janeiro) até que, em 1996, a Abrademi realiza a primeira Convenção Nacional de Mangá e Animê, a MangaCon, em São Paulo.

A partir daí, uma atividade que antes era feita sozinha no conforto de casa passa a ser realizada em grupo, com pessoas que nem ao menos se conheciam. Nesses eventos, além da exibição de animês, há a venda de produtos importados, concursos cosplay, palestras e shows com bandas que fazem covers de anime songs.

Em 1999 surgiu o AnimeCon, que se tornou o maior evento de animação japonesa do Brasil, contando com mais de 3 mil participantes em sua primeira edição. Vários outros começam a aparecer, o maior deles sendo o Anime Friends, organizado pela Yamato Comunicações e Eventos em 2003, um evento anual que em breve superaria o AnimeCon e se tornaria o maior evento de animação japonesa da América Latina.

Juntando isso com a popularização da internet, os mangás e animês começam a chegar aqui de maneira muito mais rápida. Grupos de fãs passam a traduzir as obras japonesas e disponibiliza-las para download. Essa atitude, não exclusiva do Brasil, geraria, anos mais tarde, alguns processos judiciais devido a tamanhas proporções que tomou, causando o fechamento de muitos sites (em geral americanos) que disponibilizavam versões em várias

línguas de todas as páginas dos mangás mais famosos, o que não agradou muito as editoras japonesas.

DVDs piratas legendados por fãs são facilmente encontrados no bairro da Liberdade, no centro de SP ou podem ser adquiridos pela Internet através de uma grande variedade de sites não-oficiais. Isso, mais os programas de compartilhamento de arquivos, fez com que animês (em qualquer mídia) se espalhassem com grande velocidade. (...) Isso tem alimentado legiões cada vez maiores de fãs que se dizem otakus com orgulho e lotam as enormes AnimeCon e Anime Friends, que acontecem anualmente em São Paulo, capital. (NAGADO, 2007, apud LOURENÇO, 2009, p. 132)

Isso causou um ciclo vicioso, onde os eventos popularizavam os animês, que ganhavam mais visibilidade e atraíam a atenção de mais pessoas, que passavam a frequentar os eventos.

Os números deixam tudo isso bem claro. O primeiro AnimeCon, em 1999, teve mais de 3 mil participantes. O primeiro Anime Friends, em 2003, teve mais de 22 mil, em 2006, mais de 50 mil, em 2007, mais de 86 mil e, em 2011, mais de 100 mil pessoas durante os 7 dias do evento, que acontece em São Paulo e conta com visitantes de todo o Brasil e, algumas vezes, até de outros países⁵.

Os eventos brasileiros têm as mesmas características: Geralmente feitos em grandes espaços, como escolas ou universidades, contam com diversos estandes de lojas que vendem qualquer produto relacionado à cultura otaku, como bonecos, camisetas, pôsteres, DVDs, e, obviamente, quadrinhos (tanto mangás quanto outros). Além das lojas, há sempre salas temáticas, organizadas por donos de sites, fóruns ou qualquer tipo de comunidade virtual, sobre temas específicos, como uma determinada série de animê, TV ou videogame. Videogames estão sempre presentes, em alguma área onde as pessoas podem jogar nos aparelhos que são disponíveis no local ou em salas onde se encontram para jogar em seus portáteis, como, por exemplo, salas dedicadas a quem quer fazer batalhas Pokémon (famosa franquia de games, animê e mangá da Nintendo que surgiu e até hoje é famosa nos videogames portáteis).

⁵ Informações retiradas do Release oficial do evento Anime Friends 2007.



Figura 13: Estande do Anime Dreams 2009. Nesse estande vendiam toucas, camisetas, cintos e pelúcias.



Figura 14: Estande da Comix, com mangás e histórias em quadrinhos ocidentais. Livros também podem ser encontrados, mais ao fundo do estande.

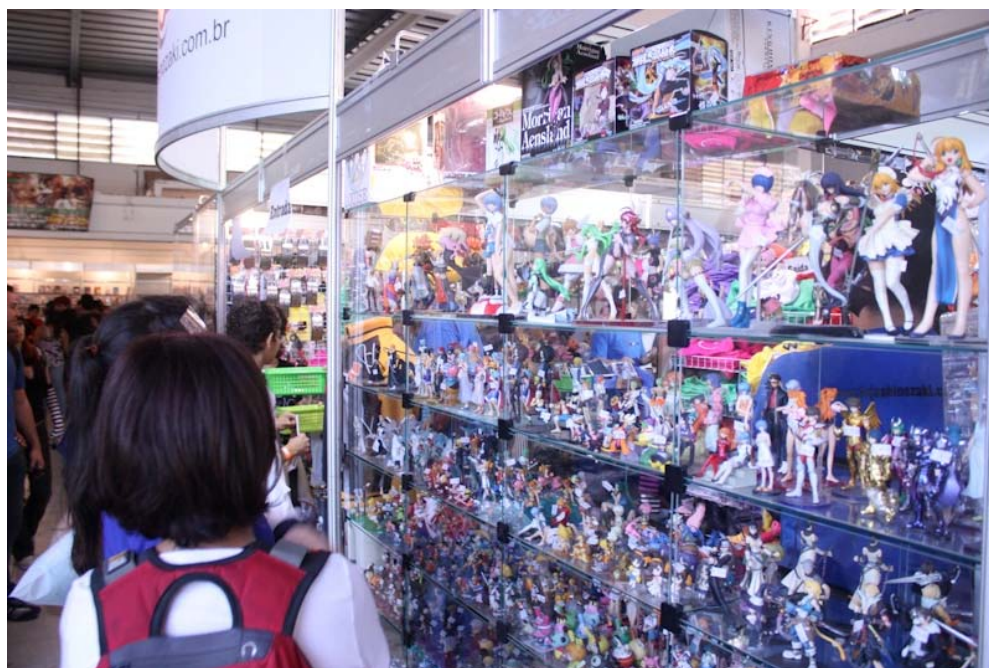


Figura 15: Loja expõe bonecos de diversas séries de animês e games na vitrine, no Anime Friends 2009.

Interessante é que salas de yaoi e yuri também estão em alguns eventos. Um detalhe curioso é que ao entrar em uma dessas salas, geralmente nos deparamos com uma decoração cor de rosa ou com as cores do arco-íris, além de desenhos yaoi/yuri colocados nas paredes, nenhum deles mostrando sexo.



Figura 16: Alguns dos desenhos expostos na sala Yaoi/Yuri do Anime Friends 2009.

Os organizadores dos eventos já sabem que o mercado está crescendo e tratam de trazer atrações um tanto incríveis para os fãs, como alguns músicos japoneses, muitos dos quais jamais viriam para o Brasil não fossem esses eventos.

3- Capítulo 2: Imagem e corpo

Após tomarmos conhecimento do significado da palavra cosplay, precisamos agora definir os conceitos que utilizaremos para fazer a análise com o enfoque proposto. Antes de qualquer coisa, será necessário trabalhar algumas bases teóricas, para que só então possamos partir para a análise do cosplay por meio delas. O primeiro conceito com o qual iremos trabalhar é o conceito de comunicação, e para tal, usaremos as ideias de Vilém Flusser.

Para Vilém Flusser, a comunicação é algo que “baseia-se em artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos.” (2007, p. 89). Já os códigos, ainda segundo Flusser, “tornam-se uma espécie de segunda natureza, e o mundo codificado e cheio de significados em que vivemos (e o mundo dos fenômenos significativos, tais como o anuir com a cabeça, a sinalização de trânsito e os móveis) nos faz esquecer do mundo da ‘primeira natureza’” (2007, p. 90).

O que Flusser chama de primeira e segunda natureza é a diferença entre o mundo real, das coisas materiais (primeira natureza), e o mundo da cultura, das coisas que só existem na imaginação das pessoas (segunda natureza). O que Flusser chama de cultura aqui pode ser diferente do termo utilizado por outros pesquisadores, então há a necessidade de deixar claro que, para ele, a cultura não se trata da produção de objetos, sendo que estes são coisas materiais, que se encontram na primeira natureza. O ser humano cria cultura e necessita dela para viver.

Norval Baitello Jr. explica:

Uma outra definição de cultura poderia ser o mundo das imagens. Mundo imaginário é o mundo das imagens. Então o que faz parte da cultura, do mundo da cultura? Todas as nossas religiões, todas as nossas crenças, todas as nossas histórias, todo o nosso imaginário, todos os nossos desejos, tudo o que afinal de contas a gente cria e conta de geração a geração. É como enxergar um saci-pererê. Eu não preciso enxergar o verdadeiro corpo de um saci-pererê, porque ele é um ser de cultura. As histórias infantis que nós contamos para as nossas crianças, as sereias etc. Todos eles existem efetivamente como imagens. (BAITELLO JR., 2007, p. 78)

Sobre as imagens, explicaremos com mais detalhes em seguida. O que vimos nesse trecho nos ajudará a entender o que é cultura e o motivo pelo qual podemos dizer que os objetos da cultura efetivamente existem. Voltamos agora para o objetivo do mundo codificado: fazer com que “esqueçamos que ele [o mundo] consiste num tecido artificial que esconde uma natureza sem significado, sem sentido, por ele representada”.

Sendo assim, a comunicação teria como objetivo nos fazer esquecer que vivemos uma vida sem sentido, rumo à morte. Aqui devemos considerar dois pontos de vista sobre a comunicação, segundo Flusser. O primeiro seria do ponto de vista da existência, com a comunicação como “tentativa de superação da morte por meio da companhia dos outros” (2007, p. 94) e o segundo seria do ponto de vista formal, como “tentativa de produzir e armazenar informações”. Assim:

[...] fica parecendo que ela [a comunicação], entre outros aspectos, é uma tentativa de negar a natureza, na verdade tanto a ‘natureza’ lá fora como também a ‘natureza’ do homem. É por isso que estamos todos engajados na comunicação. (FLUSSER, 2007, p. 95)

Flusser então resume sua explicação da seguinte forma:

A comunicação humana aparece aqui como propósito de promover o esquecimento da falta de sentido e da solidão de uma vida para a morte, a fim de tornar a vida vivível. Esse propósito busca alcançar a comunicação, na medida em que estabelece um mundo codificado, ou seja, um mundo construído à partir de símbolos ordenados, no qual se represam as informações adquiridas. (FLUSSER, 2007, p. 96)

Assim, por um lado temos o medo da morte e a falta de sentido da vida. Por outro, temos a necessidade de ir contra isso. Precisamos vencer a morte, e para isso passamos a dar sentido ao que existe à nossa volta. Ao dar sentido às coisas, criamos um mundo codificado, que já é diferente do mundo natural.

3.1- Imagens

Na tentativa de vencer a morte, tentamos dar um sentido às nossas vidas deixando nossas marcas pelo mundo; a essas marcas, Flusser dá o nome de imagens. Temos que deixar claro que esse termo não é tão simples quanto acreditamos ser. Quando lemos esta palavra, geralmente imaginamos desenhos ou fotografias, ou seja, imagens visuais. Embora essas sejam também imagens, as imagens não são somente deste tipo, como veremos a seguir.

O conceito de imagem é importante no pensamento de Flusser, pois para ele, são as imagens o modo que o homem encontrou para deixar rastros de sua estadia na Terra e, assim, vencer (ou ao menos tentar vencer) a morte.

Assim, para Flusser:

Imagens são superfícies que pretendem representar algo. Na maioria dos casos, algo que se encontra lá fora, no espaço e no tempo. As imagens são, portanto, resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões de espaço-tempo, para que se conservem apenas as dimensões do plano. Devem sua origem à capacidade de abstração específica que podemos chamar de imaginação. No entanto, a imaginação tem dois aspectos: se de um lado, permite abstrair duas dimensões dos fenômenos, de outro, permite reconstruir as duas dimensões abstraídas na imagem. Em outros termos: imaginação é a capacidade de codificar fenômenos de quatro dimensões em símbolos planos e decodificar as mensagens assim codificadas. Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens. (FLUSSER, 2002, p.7, apud KLEIN, 2006, p.44)

A abstração a que Flusser se refere pode ser explicada da seguinte maneira: nós vivemos em um mundo que, segundo ele, possui quatro dimensões, e, portanto, nós somos seres que vivem em quatro dimensões. No entanto, é possível abstrair dimensões (e para Flusser, abstrair é sinônimo de subtrair). O homem inicialmente contava com todas as dimensões, pois toda a mediação com o mundo contava com seu corpo em sua tridimensionalidade, com sua presença e necessitava estar no presente. A partir daí, o homem passa a deixar marcas, marcas que servem para representar aquele homem sem que ele precise estar ali, naquele momento. Essas marcas são as imagens, e nesse momento o homem começa a perder dimensões de tempo e profundidade.

As imagens (que não são somente visuais – isto não pode ser esquecido) são marcas, pegadas, cheiros, etc., tudo o que represente algo que já não está mais ali. As imagens têm como objetivo remover dimensões de modo que permaneça apenas o plano. A este caminho Flusser chamou de “escalada da abstração”, que continua, degrau a degrau, como explica Norval Baitello Jr.:

No momento em que o homem começa a depositar suas marcas sobre objetos e sobre as paredes das cavernas – marcas que se transformam em representações imagéticas - desencadeia-se uma revolução de conseqüências imprevisíveis: suas imagens criam um novo olhar e uma nova percepção do tempo, um tempo circular que permite ao observador retornar sempre a um ponto inicial. A circularidade do olhar cria um tempo mágico do eterno retorno. Mas uma das três dimensões do espaço se perde nesta passagem. A dimensão da profundidade (que dá a materialidade palpável, corpórea) perde-se no universo das imagens planas, das tradicionais representações imagéticas sobre superfícies. (BAITELLO JR., 2006b, p. 4)

A partir deste momento, quando o homem passa a desenhar nas paredes, as imagens que antes só existiam dentro de sua cabeça, começam a existir fora dela.

Quando as imagens tornam-se pictogramas, elas perdem mais uma dimensão, a da profundidade, e passam a existir na bidimensionalidade. Quando se tornam linhas, ou seja, com a escrita, passam a ter uma só dimensão.

O degrau seguinte é alcançado pela transformação das imagens em pictogramas, ideogramas e letras, que abrem ao homem o caminho para o universo da escrita (e de sua decifração, a leitura). As representações planas das imagens transformam-se em representações lineares. O olhar não mais circula sobre a imagem, mas segue uma linha. E o tempo também não mais permite o eterno retorno. Mais uma dimensão espacial se perde na criação da escrita que dita a linha a ser seguida pelo olhar. Com ela se lineariza o tempo, possibilitando o surgimento do tempo histórico. A linearização do mundo por meio da escrita exigiu a tradução dos mundos tridimensional e bidimensional ao mundo unidimensional. Com a escrita o mundo passa a ser descritível, o que abre os caminhos para o pensamento lógico, linear e conceitual. Abre-se o caminho para a ciência e a técnica: criam-se máquinas que podem dispensar a trabalhosa tarefa de aquisição e distribuição da escrita. (BAITELLO JR., 2006b, p. 4)

Aí tudo fica ainda mais interessante, porque apesar de parecer que não há mais como perder a última dimensão que resta, isto é possível, sim. Graças às novas mídias, surge um novo tipo de imagem, formada pelos pixels, as imagens técnicas.

As imagens tradicionais são superfícies abstraídas de volumes, enquanto as imagens técnicas são superfícies construídas com pontos. De maneira que, ao recorrermos a tais imagens, não estamos retornando da unidimensionalidade para a bidimensionalidade, mas nos precipitando da unidimensionalidade para o abismo da zerodimensionalidade. (FLUSSER, 2008, p.15)

Imagens técnicas representam aquilo que não está mais ali, assim como as imagens tradicionais, com a diferença de que essas imagens são formadas nos meios digitais, em um ambiente com zero dimensões.

Tais tecno-imagens nada mais têm a ver com as imagens tradicionais, pois são frutos da etapa seguinte na escalada da abstração: não possuem mais nenhuma corporeidade, são uma fórmula, um cálculo, um algoritmo (que apenas se projeta sobre um suporte qualquer: papel, vidro, parede e até mesmo a névoa, o vapor ou o ar). Elas são nulodimensionais, uma vez que a última dimensão espacial que lhes restava também é subtraída. As tecno-imagens não são mais uma superfície, mas a construção conceitual de um plano por meio da constelação de grânulos, de pontos de dimensão desprezível, mas que reunidos oferecem a ilusão de uma superfície, um mosaico de pedrinhas. “Cálculo” significava em latim “pedrinha”, e “calcular” quer dizer “operar com pedrinhas”. As pedrinhas minúsculas se aglutinam no espaço plano, formando a ilusão de imagens.

As tecno-imagens resgatam, assim, a circularidade do olhar, pois trazem de volta a sensação da imagem tradicional, funcionando igualmente de maneira mágica. A escalada da abstração caminha, desse modo, da tridimensionalidade para a bidimensionalidade, desta para a unidimensionalidade e desta outra para a nulodimensionalidade. (BAITELLO JR., 2006b, p. 4)

E mesmo assim, ao vermos uma dessas imagens, podemos saber na hora o que ela representa e isso nos leva justamente à lembrança de que o que ela representa não está mais ali. As imagens, que servem para que tentemos nos esquecer da morte, acaba nos lembrando

de que a morte estará sempre presente, e assim mais imagens são criadas até que chegamos onde estamos hoje, uma era completamente dominada por imagens.

Na construção de um conjunto de imagens, sejam elas pertencentes ao universo icônico visual ou sonoro, sejam elas pertencentes a outros universos (verbais, performáticos, olfativos, gustativos), é notável a utilização de imagens precedentes como referência e como suporte de memória. Assim, a representação de um objeto não é apenas a representação de algo existente no mundo (concreto, das coisas, ou não concreto, das não-coisas), mas também uma re-apresentação das maneiras pelas quais este algo já foi representado. Em outras palavras, em toda imagem existe uma referência às imagens que a precederam. (BAITELLO JR., 2005, p. 95)

É claro que aqui devemos ter em mente que trabalharemos com diversos tipos de imagens, desde imagens visuais impressas até as imagens digitais, formadas por pontos. Estamos falando de mangás, animês e games. O conceito de otaku a que nos referimos anteriormente deixa bem claro como essas imagens se tornaram importantes e como muitas vezes elas são até mesmo escolhidas ao invés de pessoas reais.

3.2- Iconofagia

A relação das imagens com outras imagens é como uma guerra, pois, por haver tantas delas, acabam por consumir umas às outras, num processo que Norval Baitello Jr. chama de iconofagia.

Há seis etapas neste processo, que vão desde o aspecto mais agradável da imagem até sua característica mais mortal.

A primeira etapa é a produção de imagens feita pelo corpo e a segunda etapa é o consumo dessas imagens. Sobre isso já tratamos anteriormente, o corpo aprende a deixar marcas (que são as imagens) e passa a reconhecê-las, ou seja, a consumi-las.

A terceira etapa é o corpo se alimentando de imagens. Não somente reconhecemos as imagens, mas elas nos dão prazer. Passamos a gostar delas, o que, de acordo com Norval Baitello Jr., “é absolutamente legal, não é proibido, não faz mal à saúde. Pelo contrário, faz bem à saúde ver coisas bonitas, ver coisas boas, curtir.” (2007, p. 82). Essas “coisas bonitas” que menciona são as imagens que encontramos constantemente e que nos deixam bem e felizes, como por exemplo, um bom filme ou uma boa música. “Portanto, faz parte da nossa vida alimentar nosso imaginário com imagens que geram as nossas outras imagens” (p. 82), completa. Essa geração de novas imagens, geradas pelas antigas, é a quarta etapa.

A quinta etapa é a “gula” pelas imagens. Vamos atrás de tantas que perdemos o controle. E as imagens que encontramos sempre tentam entrar em nossas cabeças. Todas querem esse espaço das imagens internas e brigam por ele, o que acarreta no esquecimento das imagens que tínhamos antes.

Então já não basta mais um cartaz, é preciso um outdoor, já não basta mais um outdoor é preciso um painel, já não basta mais um painel é preciso um painel eletrônico móvel etc. Elas começam a competir pelo nosso olhar. Duas coisas podem acontecer: ou o nosso olhar se cansa e começa a não enxergar mais ou então o nosso olhar engole todas essas imagens e as armazena ocupando todo o espaço das nossas próprias imagens e, portanto, nós devoramos as imagens quando entramos nessa etapa.(BAITELLO JR., 2007, p. 82)

Na última etapa, recebemos tantas imagens que começamos a desejar nos tornar, nós mesmos, as imagens que consumimos.

É curioso, pois as imagens, que são representações de algo que existe, passam a ser o ideal das pessoas, tornam-se até melhores do que o original. Então temos que nos esforçar para sermos como as imagens, pois é isso que a sociedade quer. Passamos a seguir padrões de beleza das revistas, com aquelas fotografias manipuladas no Photoshop (nem as próprias modelos são tão bonitas quanto suas fotos), algumas vezes nem por querer, mas porque simplesmente temos que fazer isso ou não seremos levados a sério.

Somos obrigados a nos mostrar, a ter visibilidade, e essa visibilidade é uma outra violência contra o corpo. Às vezes nós precisamos durante tempos estar com a gente mesmo, estar com os amigos, conversar com os amigos e não estar o tempo todo desfilando. Mas quem não se mostra o tempo todo não consegue os melhores empregos.(BAITELLO JR., 2007, p. 80)

Nós consumimos imagens o tempo todo e, de fato, há mais imagens do que podemos consumir. Mas, por essa mesma razão, as imagens também nos consomem.

Alimentar-se de imagens significa alimentar imagens, conferindo-lhes substância, emprestando-lhes os corpos. Significa entrar dentro delas e transformar-se em personagem (recorde-se aqui a origem da palavra “persona” como “máscara de teatro”). Ao contrário de uma apropriação, trata-se aqui de uma expropriação de si mesmo. (BAITELLO JR., 2005, p.97)

Nossos corpos, emprestados às imagens, são literalmente consumidos por elas. Passamos a ter duas vidas, uma delas voltada para a saúde do corpo e a outra para a nossa visibilidade e aparência. E quando isso sai do controle, podem ocorrer diversos problemas graves, como (usando o exemplo de Norval Baitello Jr.) mortes por anorexia.

Há também muitos casos que não levam à morte do corpo, mas ainda assim são sérios. Acontecem devido ao grande número de imagens exteriores entrando diariamente na cabeça das pessoas, o que não deixa espaço para que essas pessoas produzam suas próprias imagens. Tais pessoas começam a perder sua capacidade de criar imagens interiores e, por consequência, há um empobrecimento da cultura. E sem a capacidade de criar suas imagens, passam somente a repetir as que são vistas todos os dias.

Este é o ponto mais importante desta pesquisa, essa devoração que fazemos das imagens e a devoração que as imagens fazem de nós. Cabe aqui já começar a pensar nos personagens de animê e games como imagens. O cosplay é uma forma dessas imagens que não existem na primeira natureza fazerem parte dela de algum jeito.

Quando um personagem é representado por um cosplay, ele se materializa no mundo, ele passa a existir “de verdade”. Obviamente o personagem já existe “de verdade”, nos quadrinhos ou na tv, e também jamais existirá do mesmo modo como existe lá, pois o cosplayer é só um ser humano, sem os poderes que o personagem possa ter. Contudo ele se torna palpável, tanto que podemos ir até ele e tirar fotos dando um aperto de mão ou um abraço. Não é o personagem real que estamos cumprimentando, mas nesse caso, também não é o cosplayer. Podemos nunca ter visto aquela pessoa em nossas vidas e, mesmo assim, queremos tirar uma foto junto a ela apenas porque admiramos o que está representado em seu cosplay. Nesse ponto se dá a iconofagia, pois, se por um lado o cosplayer quer devorar o personagem (que é a imagem) e adquirir suas características físicas e até mesmo sua personalidade, por outro, a imagem quer devorar o cosplayer, pois necessita do seu corpo para se fazer presente no mundo real.

Neste momento chegamos então a um outro ponto de grande importância na nossa análise, relacionado a como as imagens alteram nosso corpo e quem somos.

3.3- O corpo

É interessante falar sobre o corpo e seu papel na comunicação. Para tal, recorremos a Harry Pross, no livro *Medienforschung* (apud BAITELLO jr. 1999a), que explica que o corpo possui mídia primária, pois comunica sem a necessidade de extensões.

Mídias primárias são aquelas que encontramos no corpo, como a voz, os gestos, os cheiros, os movimentos, etc. São mídias primordiais, pelas quais podemos nos comunicar, ou seja, criar vínculos uns com os outros.

Mídias secundárias são extensões do corpo, aquelas que transmitem sem a necessidade de que o outro tenha um aparelho para decodificá-la, como uma fotografia, enquanto mídias terciárias exigem que ambas as pessoas tenham um modo de codificar e decodificar a mensagem, como o rádio ou a televisão.

Todas essas mídias são importantes, mas temos como objetivo focar nossa análise no corpo e, portanto, passaremos algum tempo falando sobre as mídias primárias. Muitas pessoas não param para pensar a respeito disso, mas as mídias primárias são extremamente complexas.

São, em sua combinatória, infinitas as possibilidades comunicativas dos meios primários que emanam do corpo. Assim deduz-se que a construção de um dicionário dos gestos é tarefa impossível: além de as variações minimalistas poderem alterar o significado-base, sua inserção cultural e social situará possibilidades significativas em bases distintas. Além disso, o isolamento de um único gesto, separando-o dos movimentos e gestos paralelos que o acompanham, muitas vezes formando conjuntos ambivalentes, não apenas empobrecerá sua capacidade expressiva como poderá mesmo falsear sua leitura e interpretação. Desse modo, todos os outros meios de comunicação estão com as raízes finamente entrelaçadas no subsolo da materialidade corporal. (BAITELLO JR. 2008, p. 96)

Pross afirma que toda a comunicação humana parte do corpo e sempre retornará ao corpo, independente de qual mídia é utilizada. É um tema muito complexo, no qual não iremos nos aprofundar aqui, no entanto, nos interessa comentar um pouco sobre dois conceitos relacionados: o corpo-mídia e o corpo-imagem.

O corpo-mídia é usado para a publicidade. Ele carrega marcas (de roupas, empresas, etc) e, assim dá mais visibilidade a elas. Existia como um subemprego, mas essa prática evoluiu de tal forma, que hoje o corpo-mídia não precisa sequer ser pago para fazer o merchadising da marca, muito pelo contrário, muitas vezes as próprias pessoas é quem pagam para sair por aí como um comercial ambulante. Tudo isso pela necessidade de possuir algo daquela marca e ganhar certo status.

Já o corpo-imagem surge quando os corpos tentam se tornar imagens e adquirem suas características. Torna-se um paradoxo da imagem, um corpo que está presente e ao mesmo tempo não está, pois não conseguimos ter contato com ele.

A melhor forma de descrevê-lo é por meio da figura do quiasma, figura em cruz, que tensiona ainda mais o paradoxo: um corpo que é não-corpo, posto que está ausente de si mesmo, e uma imagem que não é imagem, posto que é a presença de uma presença (e não a presença de uma ausência). Resulta aí um xis (*chi* em grego, letra que dá origem à palavra “quiasma”): o corpo-imagem em conflito com a imagem-corpo. (BAITELLO JR. 2008, p. 110)

Aqui encontramos o que falamos anteriormente, justamente o caso dos cosplays. O cosplayer é um grande exemplo do corpo-imagem, pois ele torna a imagem presente ao mesmo tempo em que deixa o próprio corpo ausente.

Cabe pensar a respeito também do corpo-mídia, pois o cosplayer não está usando a roupa com o intuito de fazer publicidade, apesar de que algumas vezes alguém que desconhece o personagem tenha interesse em descobrir quem ele é e acabar indo atrás de produtos da série, mas esse não é o objetivo do cosplayer; ele não está fantasiado para mostrar um personagem novo aos outros ou ter mais status social por estar fantasiado como determinado personagem (se há alguma diferença é pela qualidade da fantasia e não pelo personagem). Não podemos deixar de lembrar que o que estamos tratando aqui são cosplayers que participam de eventos fantasiados por conta própria, pois como foi dito anteriormente, há empresas que contratam modelos para vestirem as roupas de seus personagens, aí sim com o intuito de fazer a publicidade. Apesar de em ambos os casos sermos capazes de enxergar a mesma relação que a imagem tem com o corpo (a necessidade de se tornar palpável), a relação que os modelos e os cosplayers dos eventos têm com ela é diferente.

Após entender estes pensamentos, torna-se fácil ver a relação do corpo com a imagem e passa a ser óbvio pensar no corpo como o elemento mais importante da comunicação. A partir daí, surge nosso interesse em entender sobre as mídias primárias e, mais especificamente, sobre os gestos, assunto ao qual Vilém Flusser dedicou muitas páginas.

3.4- Os gestos

No livro *Los Gestos*, Flusser trata da importância que estes têm na comunicação, além de explicar um gesto em específico que nos interessa bastante neste momento. Uma palavra de grande importância neste texto de Flusser é *acordamiento* e para explicá-la, seguindo os passos de Flusser, será necessário explicar primeiro o que são os gestos.

Flusser diz acreditar que muita gente está de acordo a entender gesto como um movimento do corpo, em um sentido amplo, como movimentos dos instrumentos e ferramentas do corpo. Porém também acredita que muitos não consideram todos esses movimentos como gestos. Para explicar, Flusser diz que a contração das pupilas, mesmo que seja um movimento do corpo, não pode ser considerada como o que ele quer chamar de gesto. Os gestos seriam movimentos que expressam uma intenção.

Os movimentos do corpo poderiam ser explicados de diversas maneiras, poderiam ter causas físicas, fisiológicas, psicológicas, sociais, econômicas, culturais, e etc. Entretanto, diz

Flusser, semelhantes explicações não são bastante para nos satisfazer em relação a certos movimentos. Ele exemplifica:

Cuando levanto el brazo y alguien me explica que eso es el resultado de determinadas causas físicas, fisiológicas, psicológicas, sociales, económicas, culturales, etc., yo aceptaré su explicación. Mas no me sentiré satisfecho con ello. Y es que estoy convencido de que levanto el brazo porque quiero y que, no obstante todas esas causas indudablemente reales, no lo levantaré si no quisiera. Por eso el levantamiento del brazo es un gesto. (FLUSSER, 1994, p. 8)

Assim, a definição proposta por Flusser é de que o gesto “es un movimiento del cuerpo, o de un instrumento unido a él, para el que no se da ninguna explicación causal satisfactoria” (p. 8). Depois de conceituar os gestos, Flusser diz que é necessário interpretá-los corretamente e que, para tal, é preciso que seja criada uma teoria de interpretação dos gestos.

Para entender os gestos, é necessário descobrir seus significados e, por não contarmos com uma teoria capaz disto, fazemos isso todos os dias, com uma leitura empírica, de maneira intuitiva. Por essa razão, não contamos com critérios confiáveis.

O gesto se trata de um movimento simbólico. E para explicar isso, Flusser utiliza-se de outro exemplo:

Si alguien me pincha en el brazo, yo lo muevo, y esa reacción permitirá a un observador afirmar que el movimiento de mi brazo “expresa” o “articula” un dolor que yo he sentido. Habrá una concatenación causal entre dolor y movimiento y una teoría fisiológica para explicar dicha concatenación, con lo que el observador estará en su derecho de entender el movimiento como síntoma del dolor que yo he sufrido. (FLUSSER, 1994, p. 10)

Esse movimento, diz Flusser, não é um gesto segundo a definição proposta por ele.

Yo puedo, sin embargo, levantar el brazo también de una manera específica cuando alguien me pincha; y también esa acción permite al observador afirmar que el movimiento de mi brazo “expresa” o “articula” un dolor, que yo he sentido. Sólo que esta vez no se da una concatenación sin fisuras de causas y efectos entre el dolor y el movimiento. Una especie de cuña se introduce en la concatenación que le confiere al movimiento una estructura específica, de modo que para aquellos que conocen el código resulta un movimiento adecuado para comunicar el “significado” de dolor. Ese conocimiento del código, y no una teoría, otorga al observador el derecho de decir que el movimiento “expresa” el dolor, que yo he experimentado. Mi acción representa el dolor, es su símbolo; y el dolor es su significado. (FLUSSER, 1994, p.11)

Assim, entendo que o que diferencia o gesto de um simples movimento é um significado propositalmente dado por quem fez o gesto, e que não pode ser entendido satisfatoriamente pelos observadores com o uso das teorias existente, como por exemplo, a

física, a fisiologia, etc. O movimento do braço mostra que houve a dor, e a dor se expressa pelo movimento do braço, o que significa que o gesto serve para expressar algo.

Voltamos então à palavra *acordamientos*, que de acordo com Flusser, são a representação simbólica de *acuerdos* por meio de gestos.

[...] para decirlo brevemente, intentaré mostrar que “acuerdos” (cualquiera que puede ser el significado de esta palabra) pueden exteriorizarse a través de una pluralidad de movimientos corporales; pero que se expresan y articulan a través de un juego de gestos llamado “acordamiento”, porque así se representan. (FLUSSER, 1994, p. 12)

No entanto, Flusser acredita que é difícil distinguir um fenômeno concreto entre ação e reação, representação e exteriorização. Assim, ele exemplifica, ao ver lágrimas nos olhos de alguém, como ele saberia dizer que se trata da apresentação de um *acuerdo* e não de sua exteriorização? No primeiro, a pessoa *acciona* um *acuerdo*, sendo um agente, enquanto no segundo ela reage ao *acuerdo*, sendo um paciente. O fato é que a pessoa pode ser os dois ao mesmo tempo, ou pode ser um, mas fazer com que ele ache que ela é outro.

Há também uma certa confusão e ambivalência do termo *acuerdo*, e se ele quer dizer que *acordamiento* é a maneira como se expressam *acuerdos*, é preciso definir primeiro o que é *acuerdo*, o que gera um ciclo vicioso, pois para entender esse significado, ele tem que interpretar gestos.

Flusser explica que, ao ver uma pessoa gesticular, ele dispõe de um critério para distinguir isso entre reação e gesto, entre a exteriorização de um *acuerdo* e a sua expressão codificada. Esse critério se dá no momento em que ele se reconhece no outro e quando, por meio da introspecção, exterioriza passivamente um *acuerdo* e quando o representa de uma maneira ativa.

Assim, é possível se enganar, mas o critério existe. E a palavra *acuerdo*, é algo diferente de razão, e saber isso é suficiente para entender o conceito, afirma Flusser. E quando interpretamos gestos com um olhar diferente da razão, deparamo-nos com o *acordamiento*. Fazendo uma relação entre o *acordamiento* e arte, Flusser diz:

Cuando contemplo una obra artística ¿no la interpreto como un gesto inmovilizado, que representa simbólicamente algo que es distinto de la razón? ¿Y no es el artista alguien, que “articula” o “expresa” algo que la razón (la ciencia, la filosofía, etc.) no puede articular o no puede hacerlo de la misma manera? (FLUSSER, 1994, p. 13)

Com isso, Flusser afirma que *acordamiento* traz uma questão estética, e não ética e nem epistemológica. E se aceitamos que *acordamiento* é um *acuerdo* transformado em gesto, já não nos interessamos pelo *acuerdo*, senão pelo efeito do gesto. Flusser então conclui que:

Tal como se manifiestan en los síntomas y como yo los vivo en la introspección, los “acuerdos” plantean unos problemas éticos y epistemológicos. El “acordamiento” saca los sentimientos de su contexto originario y los convierte en estéticos (formales) bajo la forma de gestos. con lo cual se transforman en “artificiales”. (FLUSSER, 1994, p. 13)

O *acordamiento* é, portanto “uno de los métodos por los que el hombre intenta dar sentido y significado a su vida personal y al mundo en el que vive” (p. 14). Essa frase já mostra exatamente a importância do gesto para a comunicação, pois podemos nos lembrar da definição de comunicação de Flusser.

Voltando ao exemplo do movimento do braço ao ser ferido, Flusser explica que este é um processo absurdo e sem significado, porém, se ao sentir dor, o braço se mexer com um gesto codificado, o processo ganha significação. Graças ao gesto, explica Flusser, ele tira a dor de seu contexto “natural”, absurdo e sem sentido e, ao colocá-la em um contexto cultural, “artificializa” a dor. Flusser então explica que neste exemplo a dor era real e que o gesto exagerou a dor. No entanto, o fato da dor ser ou não exagerada não é importante, o que é importante é a sua expressão simbólica frente aos outros. E é a expressão simbólica que faz do gesto um *acuerdo* artificial.

Es justamente ese carácter simbólico, fingido y representativo, del “acordamiento”, el que precisamente confiere esa “artificialidad” a los “acuerdos” (tanto reales como imaginarios), y con ello confiere un significado a la vida. Cuando se prefiere la formulación de que es el “acordamiento” el que “espiritualiza” los “acuerdos” mediante su formalización en gestos simbólicos, ha de entenderse en el sentido de que los “acuerdos” se hacen artificiales en el “acordamiento”. (FLUSSER, 1994, p. 15)

Toda essa explicação se dá ao fato de que outro capítulo desta mesma obra de Flusser nos interessa muito, por estar diretamente relacionado com o tema desta pesquisa, e não seria possível entendê-lo sem ela, tamanha complexidade das ideias de Flusser.

Neste capítulo, Flusser fala sobre como podemos dar um sentido com o gesto de virar uma máscara. Para isso, explica vários gestos relacionados às máscaras e como eles estão ligados com a história e o que vem depois da história, remetendo a outros de seus textos.

O gesto de virar a máscara para observar o lado de dentro, que Flusser chama de lado falso, só recentemente começou a aparecer nos livros, diz Flusser, e ainda assim, apenas

implicitamente. Isso ocorre porque o gesto de virar a máscara é um gesto característico da época atual.

Para exemplificar sua tese, Flusser decide usar como exemplo o carnaval do Rio, onde ele identifica três gestos: o dos participantes, o dos observadores críticos e o dos que giram as máscaras. Os participantes são aqueles que estão no baile de carnaval, usando máscaras. Os observadores críticos são os juízes que julgam qual participante tem a melhor máscara. E os que giram as máscaras estão de férias, pois durante o carnaval são fechados os ministérios do Planejamento, da Comunicação e do Turismo.

A relação entre os mascarados e os observadores críticos é estudada há milênios. “Es la relación del actor con el público, de la práctica con la teoría, de la política con la contemplación; en una palabra, es la relación histórica” (FLUSSER, 1994, p. 124). O mascarado está dançando no baile em função do observador crítico, diferente daquele que dançava na pré-história, para si próprio. No entanto, o objetivo dele não é o prêmio do baile, então ele se esquece do observador enquanto dança. Mesmo assim, não terá com sua máscara a mesma relação que tinha o dançarino da pré-história. Já o crítico terá que resistir à tentação de se deixar arrastar pelo ritmo do baile e participar ativamente do carnaval em seu traje de crítico.

Esta relação entre o mascarado e o crítico, diz Flusser, dá-se de uma maneira muito confusa especialmente no carnaval do Rio, pois o mascaramento que acontece ali está na fronteira entre a história e a pré-história, mesmo que no fundo continue sendo a relação histórica que trata do denominado materialismo histórico.

Contudo, as categorias históricas não podem ser usadas para entender a relação entre estes dois e aqueles que viram as máscaras. Flusser explica isso dizendo que o ministério da Comunicação não está no mesmo tempo e espaço do carnaval e que talvez nesse momento ele esteja programando o carnaval do ano seguinte e apenas esperando o feedback deste ano. Por ter planejado o carnaval, já sabe como tudo vai acontecer. Não sabe quem será o vencedor, porque isto não interessa, mas “para él el carnaval es pretérito tan pronto como ha sido programado; y desde luego es “pretérito”, no en el sentido histórico de “pasado”, sino en el sentido de “disponible” (FLUSSER, 1994, p. 125).

Por esse motivo, o que vira as máscaras não existe para os mascarados e nem para os críticos. Estes não sabem, em sua maioria, que o carnaval tenha sido programado dessa forma e só se dão conta disso quando algo da programação sai errado, como falta de dinheiro ou de ônibus, e se queixam justamente porque descobriram o programa que não deveria ser visível.

Os que viram as máscaras não interferem na dança dos mascarados, eles continuam tendo sua liberdade histórica. E quando essa liberdade é ameaçada, é sinal de que algo saiu errado com o programa e este precisa ser eliminado. “Y es que la presión de la libertad conduce a la protesta y sólo puede ser un estorbo para el programador que vuelve las máscaras” (FLUSSER, 1994, p. 126), completa Flusser.

Neste ponto não há mais dúvidas de que Flusser retoma seu conceito de programa utilizado em outros textos, chamando pela primeira vez aqueles que viram as máscaras de programadores. Em seguida, fala sobre sistema, quando comenta a respeito do gesto de virar a máscara em si, dizendo que:

[...] cabe objetar que el empleo de una máscara, no como tal máscara, sino por ejemplo en función de un sistema, hay que verlo como un gesto de desenmascaramiento: lo que es carnaval se echa de ver cuando se desmitifica. Cabe objetar además que con un gesto de esa índole se enmascara el sistema, para poder a su vez desenmascararse en otro gesto. Mas tales objeciones contribuyen poco a la comprensión del gesto. Lo consideran, en efecto, desde el punto de vista de la mascarada, y no desde el punto de vista de quien o lleva a cabo. (FLUSSER, 1994, p. 126)

Por esse ponto de vista, este é um gesto teatral muito eficaz. Mas o fato do funcionário do ministério da Comunicação representar aí algum papel e que o carnaval invertido neste baile de máscaras se transforme em uma máscara invertida, não tem nada a ver com o gesto de sua programação, explica Flusser.

Flusser diz que a distância da programação do carnaval é a mesma da distância da programação do ministério da Comunicação e da projeção do programa dentro do qual se programam os ministérios. Não é uma distância crítica, e sim um sair do acontecimento histórico. E quando se tenta compreender o girar das máscaras com categorias históricas, perde-se a essência deste gesto.

O autor exemplifica: diz que usa uma máscara e enxerga os outros pelos buracos desta e, a partir do momento em que tira a máscara e olha para ela, tem a visão que os outros tinham dele, isto é, um autoconhecimento. No entanto, se ele vira a máscara e olha o lado de dentro, verá outra coisa. Os aspectos políticos, culturais e estéticos estão todos no lado de fora da máscara, um lado que ele não consegue mais ver, e o que consegue ver é o aspecto negativo da máscara, que não deve ser visto. Isso traz outras questões éticas, pois Flusser agora vê o lado “falso” da máscara, aquele que não é permitido ver, e ali também se encontra outra cara, a “autêntica”, que é o rosto falso pelo qual todos acreditam reconhecê-lo.

Seguindo esse pensamento, o lado “falso” na verdade seria o autêntico, pois mostra o engano. Essa dialética da máscara é uma “dialética negativa”, já que a superfície de trás da máscara que ele olha é só o lado negativo. E por isso, ao girar a máscara, obtém-se um conhecimento de natureza ética e política, mas que sobrepassa o ético e o político: ao girar a máscara, diz Flusser, ele se encontra além do bem e do mal. A essência do gesto é a superação do teatro, da encenação, do ato e da ação, e é um dos poucos gestos em que se manifestam formas de essência não teatral e pós-histórica.

Aquele que faz a máscara não é uma existência unicamente histórica (como o desenhista do Arlequim no Renascimento ou do Super-homem no presente, exemplifica Flusser), mas também pré-existência histórica (como é o caso do talhador de máscaras africano ou do narrador de contos oriental). Com base nisso, Flusser questiona como seria possível que esse gesto fosse pós-histórico e logo em seguida explica o motivo pelo qual afirma que o é. O criador da máscara certamente faz o lado de dentro da máscara, mas o faz em função do lado de fora e por isso não dirige sua atenção a ele. E por mais que ele conheça exatamente o lado de dentro, não é este lado que lhe interessa, e sim o lado de fora. Como exemplo, Flusser utiliza-se de Shakespeare e seu personagem Falstaff e quando o criador tenta olhar o lado de dentro de sua máscara, o que ele vê:

[...] no es la cara interna de la máscara elaborada, sino el lado externo de su propio rol como diseñador de máscaras. No ve a Falstaff desde dentro, sino al autor teatral, Shakespeare, desde fuera. Y por ello aquí tampoco cambia nada, a condición de que se vea a Falstaff y a Shakespeare como máscaras superpuestas de una misma persona (la *persona* latina significa máscara). (FLUSSER, 1994, p.128)

E após usar a palavra *persona*, Flusser curiosamente fala sobre papéis sociais, indicando uma relação com a psicologia analítica de Carl Gustav Jung, que trata da *persona* como uma máscara usada para se expressar frente aos outros, que certamente nos lembra o conceito do gesto que Flusser define anteriormente.

Devemos também nos lembrar aqui do que disse Norval Baitello Jr. anteriormente, sobre alimentar-se de imagens significar estar dentro delas e transformar-se em personagens. Estar dentro das imagens se encaixa perfeitamente aqui e passamos a pensar nas máscaras como imagens. Ou seja, quando estamos dentro das máscaras, das imagens, nos transformamos em diferentes *personas*. Esta é a relação mais importante e que liga todas estas bases teóricas com o que pretendemos analisar.

Aqui entram novamente os cosplays. Eles são máscaras (muitas vezes no sentido literal) que dão outros papéis, diferentes daqueles do dia a dia. Quando veste o cosplay, o

cosplayer deixa de ser ele mesmo, assume um outro papel, e o cosplay se torna a face autêntica pela qual os outros o conhecem. O cosplayer se transforma na máscara que veste, e com isso, transformam-se todos os olhares direcionados a ele. Foi ele quem (na maioria das vezes) fez a fantasia e, portanto, ele conhece cada detalhe dela, inclusive o “lado de dentro” que, assim como no exemplo de Flusser, não é o lado que deve ser mostrado. Apenas o lado de fora importa, o de dentro é completamente dispensável, e isso inclui a pessoa do lado de dentro.

Todos temos nossas personas e nossos papéis e, para Flusser, a incapacidade de retirar uma máscara (e aqui entendo essa retirada como tentativa de sair de seu papel), é estranha. Somente quando viramos a máscara podemos superá-la. E acredito que isso só seja possível porque ao virar a máscara nós tomamos conhecimento dela e podemos analisá-la.

Al invertir la máscara no sólo se hace visible su función dentro del drama y su génesis (ese aspecto lo ven también los diseñadores de máscaras gracias a su práctica), sino sobre todo aquello que, de manera elegante, se denomina su “estructura”. (FLUSSER, 1994, p. 129)

Depois que isso ocorre, a máscara deixa de ser interessante, a máscara deixa de ser máscara e se torna um objeto manipulável. Ela sai de nossos rostos e passa para nossas mãos. No caso do cosplay, vejo isso como a “magia” desaparecendo, afinal, quando o cosplay não está sendo usado, ele não passa de roupas, não tem mais a vida que tinha antes, não é mais o personagem que está ali, vivo. Flusser explica que:

En todos los gestos tradicionales relacionados con máscaras o la máscara está delante de mí, y por tanto, entre mí y los demás, o puede estar o bien no estar delante de mí, y en este sentido dichos gestos son históricos; se refieren al futuro. Por el contrario, en el gesto del dar la vuelta a la máscara estoy por encima de la máscara, la he superado, ha quedado atrás, y eso significa que el gesto “anticipa” el futuro, convertido en pasado. (FLUSSER, 1994, p. 129)

Assim, esse gesto é pós-histórico porque antecipa uma história, já que contempla desde o lado falso, que não tem sentido algum. Podemos dizer, afirma Flusser, que o gesto de girar a máscara permite programar todas as histórias realizadas. E o gesto de voltar à máscara é o gesto de jogar com a história e não mais do jogo de papéis da história.

Isso não significa que:

[...] con el tal gesto nosotros hayamos dejado de llevar máscaras e de jugar distintos roles e papeles. Todas las reglas dramáticas de la economía, de la sociología y de la política continúan vigentes sobre el escenario de la historia. Pero su vigencia no es ya la de antes: cuentan como reglas de juego, no ya como leyes. Las máscaras, que

llevamos sobre máscaras y debajo de máscaras, se asientan de forma diferente a como sucedía en tiempos pasados: como máscaras que pueden girarse. (FLUSSER, 1994, p. 130)

Flusser diz que a dialética negativa entre o lado de dentro e de fora da máscara se torna um autêntico problema de identificação, o que significa que se continuarmos levando máscaras e jogando papéis, o histórico “estar no mundo” se aproxima de seu fim.

Com o gesto de troca de máscaras se perde e desaparece o sentido da história (ainda que não necessariamente se perca o sentido da vida, deixa claro).

[...] el hecho de jugar con la historia, puede convertirse en un otorgamiento de sentido. Es cierto que en los ministerios, que programan el carnaval, por el momento no es mucho lo que se puede advertir acerca de ese otorgamiento de sentido. Pero el gesto de darle la vuelta a las máscaras permite, si bien se observa, reconocer por debajo el gesto de dar un sentido. (p. 131)

4- Capítulo 3: Jogo e pertencimento

Anteriormente falamos a respeito de relação do cosplay como imagem. Nosso objetivo agora é tentar refletir sobre a razão pela qual o cosplayer decide se fantasiar. Acreditamos que seja necessário começar explicando a importância do jogo em nossa sociedade, para que possamos prosseguir pensando no cosplay como um jogo. Iremos um pouco adiante e conversaremos a respeito de um conceito que acredito ser a razão pela qual certos personagens são escolhidos e como são representados. O conceito a que me refiro é o de empatia, que basicamente é a capacidade que temos de nos identificar com os outros, sentir o que eles sentem. A relação entre os dois, como veremos no decorrer do capítulo, virá do fato de que o jogo se mostrará um meio de pertencer a um lugar e de criar vínculos.

4.1- O jogo

Voltando novamente à necessidade de dar sentido à vida, desta vez veremos isso pelo lado do jogo. O jogo é uma atividade primordial, que precede a cultura, ou seja, não é sequer uma atividade exclusiva dos homens. De acordo com Johan Huizinga, o jogo:

[...] é mais do que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico. Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função *significante*, isto é, encerra um determinado sentido. No jogo existe alguma coisa “em jogo” que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa. (HUIZINGA, 2010, p. 3)

Para comprovar que o jogo também está presente no comportamento de outros animais, Huizinga exemplifica:

Bastará que observemos os cachorrinhos para constatar que, em suas alegres evoluções, encontram-se presentes todos os elementos essenciais do jogo humano. Convidam-se uns aos outros para brincar, mediante um certo ritual de atitudes e gestos. Respeitam a regra que os proíbem morderem, ou pelo menos com violência, a orelha do próximo. Fingem ficar zangados e, o que é mais importante, eles, em tudo isto, experimentam evidentemente imenso prazer e divertimento. (HUIZINGA, 2010, p. 3)

Estas características citadas são as mais básicas do jogo, e ainda hoje, podemos encontrá-las nos mais complexos jogos dos homens. Devemos nos lembrar agora de tudo o que já foi lido neste texto para que seja possível tratar o paralelo entre a definição de jogo de Huizinga e o tema de nossa pesquisa. Falaremos disso conforme avançarmos nosso

pensamento, porém, é necessário que o leitor tenha em mente essas características no decorrer do processo.

Huizinga explica que o jogo não pode ser estudado por análises biológicas, pois sua essência é justamente o divertimento. A realidade do jogo ultrapassa a esfera da vida humana, e por esse motivo, não pode ser fundamentado em nenhum elemento racional.

Se os animais são capazes de brincar, é porque são mais do que simples seres mecânicos. Se brincamos e jogamos, e temos consciência disso, é porque somos mais do que simples seres racionais, pois o jogo é irracional. (HUIZINGA, 2010, p. 6)

Temos aí uma reflexão acerca do cosplay. Quando tentamos pensar no motivo que faz alguém se vestir como um personagem sem nenhuma remuneração, não conseguimos ter uma resposta racional. Cada cosplayer pode dar uma resposta diferente, mas no fundo, a diversão acaba se tornando o fator mais importante e, com isso, temos essa forte relação com o jogo.

Para Huizinga, o jogo se baseia na “manipulação de certas imagens, numa certa ‘imaginação’ da realidade” (p. 7) e, portanto, devemos observar o jogo como fator cultural da vida. Roger Caillois completa este pensamento, explicando que o jogo não é apenas o jogo em si (a atividade de jogar), mas o que está relacionado a ele também:

O jogo não designa somente a actividade específica que nomeia, mas também a totalidade das imagens, símbolos ou instrumentos necessários a essa mesma actividade ou ao funcionamento de um conjunto complexo. Assim, fala-se de jogos de cartas: o conjunto das cartas; de jogos de xadrez: o conjunto das peças indispensáveis para jogar tais jogos. Conjuntos completos e numeráveis: um elemento a mais ou a menos e o jogo torna-se impossível ou viciado, a não ser que a adição ou retirada de um ou de vários elementos seja previamente anunciada e corresponda a uma intenção precisa. (CAILLOIS, 1990, p. 10)

Para que possamos analisar o jogo, devemos ter em mente algumas características fundamentais dele. Tanto Huizinga quanto Caillois falam a respeito delas.

A primeira dessas características é a liberdade, ou seja, só jogam aqueles que querem, com o objetivo de se divertir. A segunda delas é que o jogo se trata de uma evasão da vida real (uma ficção) e o jogador sabe quando está só brincando, o que nos é familiar a essa altura, assim como também nos soa familiar uma outra característica apontada por Huizinga:

Todo jogo é capaz, a qualquer momento, de absorver inteiramente o jogador. Nunca há um contraste bem nítido entre ele e a seriedade, sendo a inferioridade do jogo sempre reduzida pela superioridade de sua seriedade. Ele se torna seriedade e a seriedade, jogo. É possível ao jogo alcançar extremos de beleza e de perfeição que ultrapassam em muito a realidade. (HUIZINGA, 2010, p. 11)

Encontramos aí outro ponto que acredito ser muito interessante prestar atenção a respeito dos cosplays. Como mencionado anteriormente, o cosplayer não se torna o personagem, ele não ganha seus poderes e ele sabe disso. Mas naquele momento, ele finge ser o personagem, pode até mesmo fingir ter poderes, tudo em nome da brincadeira. Há várias apresentações de cosplays que contam com o uso de alguns “efeitos especiais” para simular explosões ou magia, que geralmente deixam o chão do palco repleto de papéis coloridos picotados ou até mesmo talco. Lembro-me de um fotógrafo com quem conversei durante uma dessas apresentações, reclamando dessa mania que surgia entre os cosplayers de jogar talco, algo que não era muito bom para as lentes de sua câmera. Um outro fato memorável foi uma cosplayer que usou pétalas de rosas, presas umas às outras por uma linha bem fina, da qual segurava uma das pontas enquanto outra pessoa, do lado de fora do palco, puxava a outra, dando a impressão de que as pétalas estavam sendo levadas pelo vento. Acredito que seja essa a beleza e perfeição que Huizanga se refere, e que faz com que seja capaz que um otaku goste tanto dessa “realidade melhorada”.

Apesar de não haver o contraste entre o jogo e a seriedade durante o jogo, ele é sempre tratado como algo que não é sério, ao contrário, seria o oposto da seriedade. Mas isso não quer dizer que o jogo não é sério ou que não é levado a sério, essa ideia de oposição nos vem quando falamos a respeito dele. Isso ocorre porque o jogo é uma atividade improdutiva, não gera bens nem riqueza. Caillois explica o jogo em relação a isso:

Acima de tudo, [o jogo] contribui para uma atmosfera de descontração ou de diversão. Acalma e diverte. Evoca uma actividade sem escolhos mas também sem consequências na vida real. Opõe-se ao carácter sério desta última e, por isso, vê-se qualificada de frívola. Por outro lado, opõe-se ao trabalho, tal como o tempo perdido se opõe ao tempo bem empregue. Com efeito, o jogo não produz nada – nem bens nem obras. É essencialmente estéril. A cada novo lance, e mesmo que estivessem a jogar toda a sua vida, os jogadores voltam a estar a zero e nas mesmas condições do início. Os jogos a dinheiro, apostas ou lotarias, não são excepção. Não criam riqueza, movimentam-na. (CAILLOIS, 1990, p. 9)

Isso não é difícil de verificar nos cosplays. Geralmente encontramos pessoas criticando cosplayers em páginas de redes sociais, dizendo que isso é perda de tempo e uma atividade infantil (apesar de ser comum vermos cosplayers de diversas idades), ou então nos assustamos com a quantia de dinheiro e tempo gastos na fabricação das fantasias.

O jogo foge do comum, torna-se um intervalo na vida cotidiana, a razão dele é que aconteça pela satisfação de que aconteceu. Daí vem outra das características principais do jogo: o isolamento, a limitação. O jogo é jogado em um determinado espaço, durante um

determinado tempo ele acontece e então acaba. Porém, “mesmo depois de o jogo ter chegado ao fim, ele permanece como uma criação nova do espírito, um tesouro a ser conservado pela memória. É transmitido, torna-se tradição. Pode ser repetido a qualquer momento.” (HUIZINGA, 2010, p. 12)

O jogo necessita de um local para acontecer, como uma arena, uma mesa, um campo, um templo, um palco, etc., e todo jogo cria uma ordem e é uma ordem. Aqueles que não respeitam a ordem estragam o jogo, que perde seu valor. As regras estão lá, esta é mais uma das características do jogo, e quem as quebra é um “desmancha-prazeres”, o que é diferente do jogador desonesto que finge segui-las. De acordo com Huizinga, este segundo, curiosamente é mais aceito do que o outro, pois este outro é aquele que destrói o mundo do jogo e faz com que todos voltem para a realidade.

E pelo que vejo, tenho a impressão de que tentamos o tempo todo fugir da realidade, em todas as nossas ações, por menores que elas sejam. Tentamos fugir do cotidiano, dos costumes e da pressão da sociedade e, principalmente, do único mal irremediável, a morte.

Aqueles que destroem o mundo dos sonhos são detestáveis, e, conseqüentemente, são excluídos do grupo. Aliás, os grupos de jogadores são fortes e existem até mesmo depois que o jogo termina. Isso ocorre pois “a sensação de estar ‘separadamente juntos’, numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração de cada jogo” (HUIZINGA, 2010, p. 15). Por esse motivo, podemos ver diversas comunidades de cosplayers na internet, como é o caso do site Cosplay Brasil e vários outros, unindo essas pessoas que partilham desse gosto em comum.

O caráter especial e excepcional do jogo é ilustrado de maneira flagrante pelo ar de mistério em que frequentemente se envolve. Desde a mais tenra infância, o encanto do jogo é reforçado por se fazer dele um segredo. Isto é, para *nós*, e não para os outros. O que os outros fazem, “lá fora”, é coisa de momento e não nos importa. Dentro do círculo do jogo, as leis e costumes da vida quotidiana perdem a validade. (HUIZINGA, 2010, p. 15)

O mundo do jogo e o mundo real são distintos, e os jogadores se tornam pessoas diferentes dentro de um ou outro. Huizinga exemplifica isso com algo um tanto conveniente para nós.

A capacidade de tornar-se outro e o mistério do jogo manifestam-se de modo marcante no costume da mascarada. Aqui atinge o máximo a natureza “extraordinária” do jogo. O indivíduo disfarçado ou mascarado desempenha um papel como se fosse outra pessoa, ou melhor, *é* outra pessoa. Os terrores da infância, a

alegria esfusiente, a fantasia mística e os rituais sagrados encontram-se inextricavelmente misturados nesse estranho mundo do disfarce e da máscara. (HUIZINGA, 2010, p. 16)

Aqui podemos voltar para o caso citado anteriormente onde Étienne Barral conversa com o cosplayer do Comiket e obtém a resposta de que naquele lugar não é necessário ser ele mesmo. Essa explicação de Huizinga bate com o que trouxemos de Flusser sobre o gesto de virar as máscaras. Temos aqui as máscaras como um jogo de interpretação de papéis com a finalidade de deixar de lado a vida cotidiana e, por um momento, viver em outra realidade, a realidade do jogo, da fantasia.

Já as razões pelas quais jogamos são um tanto curiosas e nos trazem algumas questões apesar de parecerem um tanto simples quando olhamos de relance.

A essência do lúdico está contida na frase “há alguma coisa em jogo”. Mas esse “alguma coisa” não é o resultado material do jogo, nem o mero fato de a bola estar no buraco, mas o fato ideal de se ter acertado ou de o jogo ter sido ganho. O êxito dá ao jogador uma satisfação que dura mais ou menos tempo, conforme o caso. O sentimento de prazer ou de satisfação aumenta com a presença de espectadores, embora esta não seja essencial para esse prazer. Uma pessoa que “faz” uma paciência sente um duplo prazer quando alguém está assistindo, mas sente prazer mesmo sem isso. Em todos os jogos, é muito importante que o jogador possa gabar-se a outros de seus êxitos. (HUIZINGA, 2010, p. 57)

Pensando no cosplay como jogo, chegamos a essa questão: é possível vencer nesse jogo? É difícil saber quando há um vencedor. É claro, não é difícil quando falamos dos concursos cosplays, esses claramente têm seus vencedores, mas e quanto às pessoas que não participam desses concursos? Talvez apenas o fato de terem concluído a tarefa que se propuseram a fazer já seja uma vitória, ou talvez a vitória esteja no fato de que eles mostrarão sua fantasia aos outros. Há cosplays que não saem da casa do cosplayer, mas as fotos deles estarão na internet.

O jogo tem uma função que não é material. Afeta principalmente a nossa cultura, ajuda a manter bem a nossa mente e corpo, traz algo para nossas vidas. Caillois explica:

Ao contrário do que frequentemente se afirma, o jogo não é aprendizagem para o trabalho. Só aparentemente antecipa as atividades do adulto. O rapaz que brinca com o cavaleiro ou a locomotiva não se prepara, de forma alguma, para vir a ser cavaleiro ou mecânico. [...] O jogo não prepara para uma profissão definida; introduz o indivíduo na vida, no seu todo, aumentando-lhe as capacidades para ultrapassar os obstáculos ou para fazer face às dificuldades. É absurdo, e na realidade não leva a nada, lançar o mais longe possível uma argola ou um disco de metal, ou apanhar e atirar incessantemente uma bola com uma raqueta. Mas é vantajoso ter músculos potentes e reflexos rápidos. (CAILLOIS, 1990, p. 16)

Estas são características gerais do jogo, no entanto, Caillois separa diferentes tipos de jogos em categorias distintas, sobre as quais falaremos brevemente.

À primeira dessas categorias, Caillois dá o nome de *agôn*, palavra que vem do grego e significa algo como luta, competição ou combate. Isto define os jogos desta categoria: são aqueles nos quais os jogadores competem entre si, usando todas as suas habilidades para demonstrar sua superioridade, com regras que os deixam em igualdade uns com os outros.

A segunda categoria, *alea*, vem do latim e significa “jogo de dados”. Caillois escolhe este nome para designar todos os jogos baseados na sorte. Entre *alea* e *agôn*, há muitas semelhanças, por exemplo, a competição com o outro e a tentativa de se chegar na igualdade (ou seja, que ambos os jogadores tenham as mesmas chances de vencer, o que difere estes jogos da vida real). No entanto, os jogos de *alea*, ao contrário do *agôn*, não dependem do jogador, de suas habilidades. Eles estão ligados diretamente ao “destino”.

Agôn e alea traduzem atitudes opostas e de certa forma simétricas, mas obedecem ambas a uma mesma lei: a criação artificial entre os jogadores das condições de igualdade absoluta que a realidade recusa aos homens. Porque, na vida, nada é claro, a não ser, precisamente, que tudo, quer as oportunidades quer os méritos, é, à partida, confuso. O jogo, agôn ou alea, é, portanto, uma tentativa para substituir a confusão normal da existência corrente por situações perfeitas. Tais situações são de molde a que o papel do mérito ou do azar se apresente clara e indiscutivelmente. Implicam também que todos devam usufruir exactamente das mesmas oportunidades de provar o seu valor ou, a uma outra escala, exactamente das mesmas oportunidades de receber um benefício. De uma ou de outra maneira, evadimo-nos do mundo fazendo-o outro. Também pode haver evasão quando se faz de outro. É a isso que corresponde a mimicry. (CAILLOIS, 1990, p. 39)

Mimicry é a categoria seguinte e como ela é a que mais nos interessa nessa pesquisa, daremos mais atenção a ela posteriormente, passando agora para a última categoria, *ilinx*.

Ilinx são os jogos de vertigem. A palavra vem do grego, significa turbilhão de águas, e dela surgiu *ilingos*, que significa literalmente vertigem. Esse tipo de jogo:

[...] associa aqueles que assentam na busca da vertigem e que consistem numa tentativa de destruir, por um instante, a estabilidade da percepção e infringir à consciência lúdica uma espécie de voluptuoso pânico. Em todos os casos, trata-se de atingir uma espécie de espasmo, de transe ou de estonteamento, que desvanece a realidade com uma imensa brusquidão. (CAILLOIS, 1990, p. 43)

Exemplos de *ilinx* são as brincadeiras de girar sem parar das crianças, até ficarem tontas, danças dos adultos e coisas assim. Caillois encontra exemplos desse tipo de jogo em outros animais e diz que os animais que mais gostam disso são as aves. As aves teriam o

costume de se deixar cair em pleno voo, para então voltar a subir quando estivessem chegando perto do chão.

Tendo em mente estas três categorias, que muito nos revelam sobre as funções do jogo, passaremos para os jogos de mimetismo (*mimicry*), pois estes se relacionam diretamente com nosso objeto de estudo.

Os jogos *mimicry* são aqueles que nos fazem temporariamente aceitar uma ilusão e entrar em um universo do imaginário, consiste na encarnação de um personagem e na adoção de seu comportamento. Assim, o jogador acredita ou faz os outros acreditarem que é outra pessoa, mas não há o objetivo de enganar o outro e nem esta crença se torna real. Este é exatamente o caso do cosplay, conforme já explicamos anteriormente.

No carnaval, a máscara não pretende fazer crer que se é um verdadeiro marquês. Um verdadeiro toureiro, um verdadeiro pele-vermelha, mas sim meter medo e tirar proveito da desordem ambiental, ela mesma resultante do facto de a máscara dissimular o personagem social e libertar a verdadeira personalidade. Tal como o actor não tenta fazer crer que é, “a sério”, o Rei Lear ou Carlos V. O espião e o fugitivo é que se disfarçam para enganar, já que esses não jogam. (CAILLOIS, 1990, p. 42)

Como suas características são atividade, interpretação e imaginação, não há nenhuma relação dos *mimicry* com *alea*, porém, essa relação existe com os jogos de *agôn*, pois neles há uma relação de representação entre os competidores e o público que assiste a competição. Caillois explica que só o fato do espectador se identificar com o campeão já é uma *mimicry*, que parece com o que ocorre quando alguém se identifica com o herói em um filme. Este é um ponto interessante quando observamos o cosplay desde a ideia inicial de se fantasiar, o que poderia ser um dos motivos pelos quais uma pessoa se fantasia e que trataremos adiante. No entanto, podemos ver aqui que o jogo já começa na escolha do personagem a ser interpretado.

Outro detalhe importante do *mimicry* é que este é um tipo de jogo que possui todas as características gerais do jogo, exceto uma:

[...] a continuada submissão a regras imperativas e precisas é algo que não se verifica. Vimos já que a dissimulação da realidade e a simulação de uma realidade outra têm nela um lugar. A *mimicry* é invenção incessante. A regra do jogo é uma só: para o actor consiste em fascinar o espectador, evitando que um erro o conduza à recusa da ilusão; para o espectador consiste em prestar-se à ilusão sem recusar-se a priori o cenário, a máscara e o artifício em que convidam a acreditar, durante um dado tempo, como um real mais real do que o real. (CAILLOIS, 1990, p. 43)

Esta última característica dos *mimicry* pode ser o motivo que faz alguns otakus que não conhecem as origens da atividade defender a ideia de que o cosplay não é uma fantasia (mesmo que isto esteja no próprio nome) como a que é utilizada no carnaval, mas sim algo específico. Essas pessoas (algumas que podemos encontrar em comunidades de otakus em redes sociais) defendem a ideia de que o cosplay só deve ser de personagens de animê, mangás ou games, uma ideia que, como vimos, vai contra o modo como o cosplay surgiu e que não é aceita pela maioria dos otakus. Vejo isso como uma tentativa de adicionar regras que não são necessárias para esta atividade, e que nem ao menos funcionariam, pois a liberdade está sempre presente, como quando vemos, por exemplo, uma menina fazer uma versão mulher de um personagem homem ao invés de se vestir como ele para parecer um homem (ambos os casos são bem comuns, aliás).

A razão pela qual *mimicry* nos interessa está tanto no ponto de vista do ator quanto no ponto de vista do espectador. O modo como os jogadores brincam de ser outra pessoa, como eles se disfarçam e também como se relacionam com aqueles que olham suas máscaras e fingem acreditar que eles são realmente parte de um outro mundo, de fantasia e imaginação. E a estes últimos, cabe entender justamente que, ainda no exemplo anterior, a garota que está usando saia para retratar um personagem que jamais usaria uma em sua história original, ainda é aquele personagem.

4.2- Simulação de estados corporais

Antes de qualquer coisa, devemos saber que o cérebro do homem é capaz de simular as emoções que sentimos. Antônio Damásio (2010) diz que as emoções são todas as reações físicas que um corpo tem, por exemplo, chorar quando se está triste. Quando temos consciência dessas reações físicas, outra área do cérebro é ativada e então temos os sentimentos. Ou seja, enquanto as emoções são aparentes no exterior do corpo, os sentimentos não podem ser vistos. As emoções são criadas a partir de mapas, que são padrões neurais. Estes servem para que o cérebro saiba exatamente o que fazer com o corpo quando um determinado sentimento aparece, por exemplo, os olhos lacrimejarem, os batimentos cardíacos oscilarem, etc. Tudo o que acontece com o corpo quando temos um sentimento fica marcado nesses mapas.

Seria correto então afirmar que o sentimento seria o resultado da emoção, não fosse por um detalhe: o cérebro cria mapas para as emoções enquanto elas se desenvolvem, que são comparáveis aos que seriam criados se o corpo estivesse realmente sofrendo alterações graças

a uma emoção. Ou seja, o cérebro pode simular estas reações como se elas estivessem mesmo acontecendo, e nós sentimos isso. Para exemplificar, podemos dizer que nos sentimos tristes como se estivéssemos chorando, mas sem de fato estarmos chorando. Isso ocorre porque o cérebro usa os mesmos mapas mentais que programou para aquele sentimento e emoção. Damásio diz que essas simulações reduzem o tempo de processamento e poupam energia do cérebro, o que explica porque tal função existe. No entanto, o fato curioso é que somos capazes de simular, por meio desses mapas mentais, os estados corporais de outras pessoas.

Isso foi comprovado por uma série de experiências feitas por Giacomo Rizzolatti e seus colegas:

Nestas experiências, nas quais foram usados eléctrodos implantados no cérebro de macacos, um macaco deveria observar um investigador a executar uma variedade de movimentos. Quando o macaco via o investigador a mover a mão, certos neurónios do cérebro do macaco relacionados com os movimentos da sua própria mão tornavam-se activos, “como se” fosse o animal e não o investigador a levar cabo a acção. Na realidade, contudo, o macaco permanecia imóvel. Os autores referem-se aos neurónios que se comportaram desta forma como sendo neurónios espelho. (DAMÁSIO, 2010, p. 135)

Os neurónios espelhos são os responsáveis por simular nos mapas corporais do cérebro os estados do corpo que não estão acontecendo de verdade. Apesar de esses neurónios tornarem possível que o cérebro simule estados de outros corpos, simular estados do próprio corpo é mais fácil, já que esses estados já foram mapeados. Isso se tornará mais importante para nós adiante, quando falarmos a respeito da empatia. Também é necessário mencionar que esses neurónios são importantes para que possamos compreender as ações dos outros, para que, dessa forma, possamos nos colocar em um estado corporal semelhante, como explica Damásio:

[...] uma vez que podemos representar os nossos estados corporais, torna-se mais fácil simular os equivalentes estados corporais dos outros. Subsequentemente, a ligação que estabelecemos entre os nossos estados corporais e o significado que assumiram para nós pode ser transferida para os estados corporais simulados dos outros, momento a partir do qual podemos atribuir um significado comparável à simulação. (DAMÁSIO, 2010, p. 137)

Damásio (2010) conta que certo dia estava no laboratório quando, de repente, lembrou-se de um colega. Decidiu analisar na razão pela qual havia pensado nele e chegou a conclusão de que havia se movido por alguns instantes do mesmo modo como o colega tinha o costume de se mover. Ele conta que o episódio fez com que percebesse que a ligação com os outros:

[...] ocorre não só através de imagens visuais, linguagem e inferência lógica mas também através de algo mais profundo no nosso corpo: as ações com que podemos representar os movimentos dos outros. Podemos executar traduções entre 1) o movimento real, 2) as representações somatossensoriais do movimento, 3) as representações visuais do movimento e 4) a memória. (DAMÁSIO, 2010, p. 138)

Com isso, Damásio explica que é desses dispositivos que fazem usos os bons atores, pois são capazes de fazer aparecer determinadas personalidades, que ganham vida em seu corpo e que isso é viver um papel. Damásio conclui que “quando esse processo de transferência é enriquecido com pormenores fantasiados e inesperados, obtemos um desempenho de gênio” (2010, p. 138).

Temos aqui a primeira relação entre este tema e o cosplay, pois, como já foi dito, o cosplay não é somente uma fantasia, mas uma interpretação. Quanto mais fiel for a interpretação, mais divertido é o cosplay. Isso pode ficar mais claro quando observamos as diferentes categorias que dividem os concursos cosplay em certos eventos. Podemos encontrar um tipo de categoria que é uma pequena apresentação, geralmente de algum trecho da história do personagem, assim como encontramos a categoria do desfile, onde só a fantasia é julgada. E mesmo os que não sobem no palco ainda sentem a necessidade de interpretar o personagem, como contei no exemplo do Jack Sparrow anteriormente. Foi ele quem roubou a cena dos outros cosplayers naquele momento em que todos posavam para a foto, não apenas por causa de sua roupa, mas pelo modo como agiu, um verdadeiro ator que encantou seus espectadores.

4.3- Empatia

Graça a todos esses fatores podemos ter consciência do “eu”, já que é por meio do reconhecimento dos outros que podemos nos diferenciar deles. A empatia surge justamente daí, e é esse reconhecimento do outro, mais especificamente, de como o outro se sente. De acordo com Thompson⁶ (2001), a empatia surge de um comportamento afetivo que está presente em algumas espécies de animais, mais especificamente nos grandes primatas, que são muito bons em interpretar os outros, de acordo com suas expressões, movimentos, etc. É essa percepção que evolui para a empatia, permitindo a esses primatas entender o ponto de vista do outro, o que ele sente.

Thompson afirma que havia controvérsias a respeito de que outros animais além dos humanos pudessem possuir a capacidade da empatia. Para defender a hipótese de que eles

⁶ Todas as citações de Thompson neste texto receberam uma tradução livre com o objetivo de facilitar a leitura.

possuem tal capacidade, Thompson explica dois experimentos interessantes. O primeiro deles é chamado de *mirror test* (teste do espelho), realizado por Gordon Gallup e que consiste em colocar um ponto de tinta vermelha acima da sobrancelha de um indivíduo, em um local que ele não pudesse ver sem um espelho, sem que ele soubesse. O estudo constatou que alguns dos grandes primatas e também seres humanos acima de 18 meses de vida, ao serem postos diante de um espelho, notavam o ponto vermelho e passavam a mão na própria testa, o que indica que eles são capazes de reconhecer a si mesmos no espelho. A conclusão de Gallup foi de que autoconhecimento implica autoconsciência e que:

[...] essa autoconsciência permite a esses animais inferir o estado mental dos outros. Em outras palavras, espécies que passam no teste do espelho também são capazes de simpatizar, empatizar e atribuir intenções e emoções aos outros – habilidades que alguns podem considerar domínio exclusivo dos humanos. (GALLUP, 1998, apud THOMPSON, 2001, p. 5)

No entanto, esse teste sozinho não é capaz de provar isso, pois há outros fatores envolvidos, e por essa razão, Thompson cita um segundo teste, feito por Frans de Waal, um primatologista que fez descobertas de extrema importância. Ele diz que:

Muitas formas de empatia existem entre os extremos de uma mera agitação diante da angústia de outros a um total entendimento de suas situações. Por um lado, filhotes de rhesus se incomodam e buscam contato com o outro assim que um deles grita. Por outro, um chimpanzé se lembra de um ferimento que causou, e retorna à vítima para inspecioná-lo. (DE WAAL, 1996, apud THOMPSON, 2001, p. 6)

O que vem depois disso, segundo Thompson, é a empatia cognitiva, onde há o reconhecimento das experiências do outro, sem perder a distinção entre elas e as suas próprias. A empatia cognitiva então “torna possível as emoções morais de simpatia e compaixão, nas quais nós sentimos genuinamente preocupação pelo outro” (p. 6).

Mas afinal, por que isso é importante para nós nesta pesquisa? Como veremos adiante, essa habilidade de se colocar no lugar do outro muito tem a ver com a hipótese que defenderemos aqui. Em breve chegaremos até ela.

Pudemos ver como a empatia faz parte do ser humano, agora nos resta explicar como o processo da empatia ocorre. Para tal, continuaremos em Thompson, que cita Edith Stein:

Stein descreve a empatia como a experiência de se sentir guiado por uma experiência que não é a sua própria, e a separa em “três níveis ou modalidades de realização, mesmo que em um caso concreto as pessoas nem sempre passam por todos os níveis, mas geralmente ficam satisfeitas com um dos mais baixos” (1964, p.11). Primeiro, a experiência do outro emerge diante de mim: “ela surge diante de

mim de uma só vez, ela me encara como um objeto (como a tristeza que “eu leio no rosto do outro”)” (p.10). Segundo, eu posso averiguar o conteúdo da experiência e “suas tendências implícitas”, nesse caso eu sou direcionado em rumo do objeto da experiência, isto é, eu me transponho imaginativamente para o lugar do outro sujeito para compreender o objeto da experiência desse sujeito pelo seu ponto de vista. Terceiro, assim que esse esclarecimento da experiência do outro estiver completo, a experiência me encara de novo, mas agora de um jeito esclarecido ou explicado. Stein se refere a esses três níveis como: “(1) a emergência da experiência, (2) a explicação gratificante, e (3) a objetivação compreensiva da experiência explicada” (p.11). (THOMPSON, 2001, p. 16)

Assim, fica claro como funciona o processo da empatia, levando em conta que o que é chamado de experiência aí está relacionado com situações vividas, emoções, etc, identificadas de acordo com os mapas mentais que formamos em nosso cérebro para memorizar, simular e entende-las.

Podemos então explicar a empatia mais detalhadamente, sendo que a primeira etapa é vermos o corpo do outro não apenas como um mero objeto físico, mas como um corpo vivo como o nosso. É o que ocorre primeiramente com a ação dos neurônios espelho, identificando o outro. Em seguida o que pode ocorrer é sentirmos a sensação que o outro está sentindo. Seguindo o exemplo de Stein usado por Thompson (2001, p.17), vemos a mão de uma pessoa sobre a mesa não do mesmo modo como vemos o livro ao lado dela. Nós percebemos que ela pressiona a mesa e a tensão que sente, logo, nossa mão é transposta para o lugar daquela mão, passamos a sentir aquelas sensações apesar de não estarmos sentindo de verdade e sabermos que aquelas sensações não são nossas. Isso só se torna possível quando há alguma semelhança entre os dois corpos.

No entanto, a quantidade de semelhança é um assunto controverso e é o ponto mais importante para nós. Stein (apud THOMPSON 2001, p. 18) explica que a empatia é muito bem sucedida com a mão de homens e crianças, que são bem diferentes das mãos dela e que, portanto, o corpo humano não é limitante. A pesquisadora diz que isso pode funcionar com a pata de um cachorro, e que ela seria capaz de sentir dor quando ele sentisse. Para se aprofundar mais nessa ideia, Thompson nos explica que, até recentemente, empatia e compaixão relacionadas ao mundo não humano era estranho para a tradição judaico-cristã, mas era uma questão central nos ideais budistas e neo-confucianos de se tornar um com o universo. Thompson cita o filósofo neo-confuciano Wang Yang Ming para explicar que, quando o homem:

[...] vê uma criança cair em um poço, ele não pode evitar um sentimento de preocupação e compaixão. Isso mostra que a sua humanidade forma um só corpo com a criança. Pode-se objetar que a criança pertence à mesma espécie. Novamente, ele observa os gritos de lamentação e a aparência assustada de pássaros e animais

prestes a serem abatidos, ele não pode evitar sentir uma “incapacidade de suportar” seu sofrimento. Isso mostra que sua humanidade forma um só corpo com pássaros e animais. Pode-se objetar que pássaros e animais são seres com sentimentos como ele é. Mas quando ele vê uma planta quebrada e destruída, ele não pode evitar um sentimento de pena. Isso mostra que sua humanidade forma um só corpo com plantas. Pode ser dito que plantas são seres vivos como ele é. Ainda assim, mesmo quando ele vê azulejos e pedras despedaçados e triturados, ele não pode evitar um sentimento de arrependimento. Isso mostra que sua humanidade forma um só corpo com azulejos e pedras. Isso significa que mesmo a mente de um pequeno homem necessariamente tem a humanidade que forma um só corpo com tudo. (WANG, 1963, apud THOMPSON, 2001, p. 28)

Chegamos finalmente no ponto que acredito ser o mais interessante, o modo como podemos sentir empatia por algo que não é humano. O motivo disso é que acredito que somos capazes de nos colocar no lugar de personagens fictícios também, essa é justamente a relação que quero fazer aqui, ao analisar os cosplays. Quando conversamos com um cosplayer e perguntamos o motivo de ter escolhido aquele personagem para se fantasiar, a resposta é quase sempre “porque eu gosto dele”, no entanto, se conversarmos mais a respeito, veremos que os personagens quase sempre têm alguma característica em comum com o cosplayer. O cosplayer se identifica com aquele personagem e por isso o escolhe.

Muitas vezes a aparência do personagem é o que conta, mas, mesmo nessas ocasiões, são características visuais do cosplayer como, por exemplo, uma cosplayer que me disse uma vez só se fantasiar de personagens “baixinhos”, o que mostra que não é uma característica qualquer, mas algo que o marca. Ainda assim, as características visuais não são as mais importantes, é a personalidade do personagem que faz com que os fãs mais se identifiquem com eles.

Os mangás, animês, games e etc. têm personagens com personalidades de todos os jeitos. Os mangás em especial têm o objetivo de que os leitores justamente se identifiquem e é por isso que temos, por exemplo, boa parte dos personagens dos mangás de aventura e luta sendo crianças de 15 anos. É uma característica que encontramos em diversos mangás, além de outras como personagens que nunca desistem, que acreditam no poder da amizade e, muitas vezes, que são desajeitados e fracotes no começo das séries. Isso é algo que faz muito sentido na cultura japonesa, e os jovens acompanham o mangá pensando que aquele personagem se parece com ele, identifica-se com ele por já ter passado por alguma situação parecida e, do mesmo modo, sente o que o personagem sente. Quem nunca se sentiu triste por um personagem de um livro? Não é difícil ver otakus comentando nas redes sociais sobre como choraram quando assistiram determinada cena de um animê. Nem todas as séries são de aventuras com monstros e magias, é comum encontrarmos situações do cotidiano japonês, o que torna mais simples essa ligação com os personagens.

Defendo aqui a ideia de que, ao ver um personagem na TV em uma determinada situação, a pessoa pode se colocar no lugar dele, sentir o que ele sente, sua alegria, seu sofrimento. Isso ocorre por conta da empatia e, dependendo de como for a experiência ao estar no lugar do personagem, a pessoa pode vir a simpatizar com ele, o que daria um bom motivo para decidir fazer o cosplay. Não é a razão definitiva, mas é definitivamente uma razão comum entre cosplayers. Os personagens são como eles, ou eles são como os personagens, de acordo com alguns. E isso é interessante quando pensamos que as fantasias os transformam em outras pessoas, pessoas que são como eles de alguma forma. Podemos pensar que o cosplay, como jogo, faz com que fujam da realidade, mas não completamente, pois faz parte do jogo brincar de ser alguém que você não é, sem deixar de ser você mesmo.

Por fim, podemos pensar em mais uma coisa sobre essa semelhança entre o cosplayer e o personagem, talvez até dizer que as características em comum sejam justamente as que os cosplayers querem que os outros reconheçam neles.

4.4- A relação com o outro

A empatia é uma forma de nos relacionarmos com o outro e, de acordo com Boris Cyrulnik, o sentimento de si nasce justamente a partir do outro. Trataremos agora de como a empatia surge no indivíduo e como ela se relaciona com o jogo.

Cyrulnik (1997) explica que o bebê nas primeiras semanas de vida está apenas começando a colocar representações psico-sensoriais em suas memórias e, por esse motivo, ele não brinca. A partir daí ele começa a entender os limites do seu corpo e, à medida que começa a conhecer objetos, passa a entender o que o difere deles e quem ele é.

Quando uma criança desembarca no mundo, sente o que é, mas não sabe o que é. Só progressivamente, sob o efeito conjugado do sentimento de si sob o olhar do outro, descobre que é homem e não animal, rapaz e não rapariga, católico e não protestante... Só mais tarde, quando falar, saberá enumerar características próprias – “Sei saltar, eu” – e o suporte familiar – “O meu papá, ele tem uma bicicleta.” Ainda mais tarde, tomará consciência do seu lugar dentro do grupo familiar social: “Tenho um irmãozinho”, ou “Corro mais depressa”, ou “O meu papá guia depressa”, antes de aceder ao altruísmo e às representações do sentimento de si que os outros sentem: “A mamã está triste porque tenho uma má nota.” (CYRULNIK, 1997, p. 235)

Assim, conclui que a construção do sentimento de si depende do sentimento do outro. Durante os primeiros anos, a criança aprende a se relacionar com o mundo, desenvolvendo a empatia e, por fim, aprendendo a jogar. Cyrulnik (1997) diz que é a partir das reações dos outros durante o jogo que a criança aprende como deve se comportar.

O jogo do “pum-caiu”, que a criança inventa cerca do décimo segundo mês, apesar de motor, constitui, de facto, uma atitude comportamental que visa manipular as emoções do outro, ao actuar sobre as representações dele. A criança brinca a cair, sentada nas fraldas, olhando para a mãe para ver o efeito que produziu. Algumas semanas mais tarde, chora se cair em frente da mãe, ao passo que se levanta sem lágrimas quando nenhum familiar o vê. O acto de chorar tornou-se uma mensagem intencional. (CYRULNIK, 1997, p. 237)

Desde bebês, relacionamo-nos com o outro para entendermos quem somos, é uma característica que o homem possui. Isto faz sentido quando, ao falar do cosplay, lembramo-nos de que eles são feitos para serem vistos. A nossa relação com a sociedade e com os nossos papéis também é estabelecida dessa forma, a partir do olhar dos outros. Essa relação com o mundo é o que Cyrulnik chama de enfeitiçamento ou encantamento, e é isso o que buscamos durante nossas vidas. Ele explica:

Os bebés procuram, com todos os sentidos, a voz, o olhar, o movimento, que os irá cativar para sua enorme felicidade. As crianças aprendem, avidamente, as palavras e os relatos que estruturam seu mundo. Os adolescentes só têm um desejo em mente, o amor do amor, que lhes dá a ilusão de possuírem, tanto como de serem possuídos, num extasiamento que lhes encanta a vida. A menos que este encantamento constitua, justamente, a condição humana, que o destino que nos foi lançado nos obrigue a estar-com e que, sem posse e sem extasiamento, nada mais sejamos. Pois, estar só, não é ser. Só podemos ser enfeitiçados, possuídos, para nos tornarmos nós mesmos! (CYRULNIK, 1997, p. 9)

Esse sentimento nada mais é que a vontade de pertencer a algum lugar. O pertencimento é buscado por meio de diversas coisas que tratamos aqui, desde a vontade de ter o corpo perfeito, jogar com o outro ou entender o que o outro sente. Quando falamos sobre os otakus japoneses, percebemos que a sua dificuldade é se encaixar na sociedade, preferindo viver no mundo das imagens. Quando Étienne Barral (2000) entrevista o cosplayer no Comiket, ele vê que aquele cosplayer está fantasiado para se fazer notar em meio à multidão, para fazer parte do mundo de fantasia que é aquele lugar. As comunidades de otakus e cosplayers podem ser os lugares (mesmo que não geográficos) onde eles se sentem mais á vontade, onde eles podem participar. E esta é a razão pela qual eu acredito que os cosplayers se fantasiam e vão para os eventos: fazer parte de algo.

5- Conclusão

Apesar de conhecer animês, mangás e games há muito tempo, eu nunca havia ido a um evento de animês. Eles nunca tinham me chamado muito a atenção até que, em 2006, decidi ir ao Anime Friends para escrever uma notícia a respeito. Lá, surpreendi-me com o que encontrei; parecia outro mundo, bem diferente do mundo real. O que mais me surpreendeu foram os cosplays, já que era a primeira vez que havia visto algum pessoalmente e naquela época a fama dos cosplays brasileiros não era muito boa, pois sempre que alguma foto aparecia na internet não era exatamente a foto do cosplay mais bonito. Geralmente o que havia nas fotos era a intenção de zombar. Mas quando estive lá, vi cosplays de diferentes níveis e isso me fez ter como foco daquela notícia os cosplays. Nunca esqueci o que me disse um dos apresentadores do concurso cosplay quando o entrevistei: *“Do primeiro evento ao primeiro cosplay é um pulo”*.

Mais tarde descobri que ele estava certo, que os eventos tinham essa esse poder. E não foi à toa que o número de cosplayers e de participantes desses eventos aumentaram tão drasticamente. Conforme os anos passaram, animês e mangás ficaram mais populares, graças ao acesso cada vez mais fácil a eles, pela internet. E quanto mais famosos se tornaram os animês, mais famosos e numerosos tornaram-se os cosplays. Talvez hoje não haja mais a necessidade de um “pulo”, muitos já vão para o seu primeiro evento vestindo um cosplay.

No Japão, o cosplay é tão comum que podemos vê-lo na rua, nos bairros dedicados aos fãs de animê e games. Tornou-se até mesmo uma estratégia de marketing, como podemos ver nos restaurantes temáticos, onde as garçonetes se vestem de empregadas francesas para agradar aos fãs. Vai mais além, com as revistas especializadas e lojas dedicadas à venda de acessórios.

E diferente do que muitos podem pensar, não é uma atividade voltada apenas para crianças, há adultos fazendo cosplays e adorando ver os cosplayers. Até a indústria pornográfica no Japão já se aproveita disso, mostrando que há um público com uma característica bem peculiar, os otakus, que preferem suas musas virtuais ao invés de buscar o amor em uma pessoa de carne e osso. Mas isso não acontece só no Japão, já se espalhou por diversos países. O site Cosplay Deviants, por exemplo, é uma comunidade online em inglês que requer um pagamento mensal para que o usuário possa participar de seus fóruns de discussão e visitar as galerias de fotos, que contém fotos eróticas (não pornográficas) de jovens modelos (homens e mulheres) de diversos países usando cosplays. O curioso é que

mesmo neste site os modelos não são contratados para posar fantasiados, são os próprios cosplayers que buscam o site com o interesse de se tornarem modelos.

Essa não é a única comunidade virtual de cosplayers no ocidente. Há diversas outras (sem conteúdo erótico, e de graça) espalhadas pela internet onde os cosplayers postam fotos de suas fantasias, comentam sobre como elas foram feitas, trocam dicas, críticas e elogios, combinam grupos cosplays, interagem entre si. O fenômeno se tornou tão grande que diversos países hoje estão envolvidos em competições mundiais. O Brasil já foi o vencedor da maior delas, e é o país que mais venceu, aliás. Isso mostra que aquele pensamento de que os cosplays brasileiros não são bons está enganado. Temos comunidades virtuais com milhares de membros e cosplayers que fizeram de seu hobby uma fonte de renda, produzindo e vendendo fantasias sob medida. Assim, buscamos entender por que isso acontece, por que estas pessoas decidem, mesmo que por um dia, tornar-se outras.

Acredito que a frase que aquele apresentador me disse foi a maior pista. São justamente essas grandes comunidades onde as pessoas podem interagir umas com as outras, relacionarem-se e fazer amigos, sem se preocupar com o mundo real e “chato” que existe fora dos eventos. É tudo uma questão de diversão, de fingir ser o que jamais poderia ser, e de fingir acreditar. É um grande jogo sem regras, que perdura muitas vezes até quando não se veste mais a fantasia.

Durante esse jogo, o cosplayer é realmente aquele personagem, ele se torna outra pessoa, deixa de ser ele mesmo e, se ele cumprir seu objetivo no jogo, todos passam a acreditar na fantasia, como se aquela máscara que ele vestiu realmente tivesse o poder de transformá-lo naquele personagem. Um cosplayer com quem conversei me disse que essa era a parte da qual ele mais gostava:

– Isso é o engraçado, eles te tratam como se você fosse realmente o personagem... isso é o que eu acho mais legal do cosplay. Quando eu vou tirar foto com criança, ela realmente acha que você é o personagem e fica feliz. E é engraçado porque essa felicidade ela acaba passando pro cosplayer também.

Algumas crianças podem mesmo achar que aquilo é real, porém, mesmo os adultos sabem que, quando um cosplayer consegue fazer um bom trabalho, naquele momento ele é o personagem e ponto final. Eles também estão jogando e reconhecem que esta é a graça do jogo. Por isso ninguém se decepciona quando o cosplayer tira a fantasia. Todos já sabiam que era apenas uma fantasia, mas a brincadeira acaba nesse momento. Mas enquanto ele estiver fantasiado, o jogo de enganar e se deixar enganar continua, e o objetivo é tentar parecer cada vez mais com o personagem.

Mas dizer que a única coisa levada em conta é a diversão seria deixar muita coisa de lado. Há sempre um motivo por trás do “eu gosto desse personagem”, afinal, aquele personagem é uma imagem que não existe no mundo real e o que o cosplayer empresta para ela é o seu próprio corpo; é um preço alto a ser pago quando pensamos a respeito. Por isso, o personagem escolhido não pode ser qualquer um, ele deve ser importante de alguma forma.

Um cosplayer em especial me chamou muita atenção com sua história. Osmar Menezes, de 27 anos, faz cosplay de Mario, um dos mais famosos personagens dos videogames. Só de Mario. Contou-me que começou a fazer cosplay antes mesmo de frequentar eventos de animê, usando uma fantasia de Mario pela primeira vez durante a Corrida Internacional de São Silvestre. Disse que como já tinha a fantasia, resolveu começar a usá-la nos eventos. Fez várias versões do personagem, vestindo as diferentes roupas que Mario usou nos games. Perguntei a ele por que o Mario, e me respondeu:

– Eu sou muito fã dele... Ele é meu personagem favorito, eu aprendi bastante coisa com ele, desde que eu era criança até hoje, jogando... Ele é o que eu imito melhor, o que eu me identifico mais.

De fato, ele sabe imitar o Mario, conhece todas as falas do personagem e consegue deixar sua voz idêntica à dele. Disse que desse jeito pode compensar o fato de que sua aparência não é igual à do personagem encanador, baixinho e barrigudo, enquanto ele é alto e magro. Para ele, interpretar o personagem é mais importante do que ter uma fantasia perfeita. Mario, mesmo sendo um personagem fictício, faz parte da vida de Osmar, ele o considera importante.

Certa vez andava em um evento quando vi uma garota de 17 anos pequena e magra, vestida com um uniforme de basquete, que reconheci como o cosplay de um personagem que era um menino. É comum fazer cosplay de personagens do sexo oposto, principalmente entre as garotas, até porque muitos desenhistas colocam traços mais suaves e femininos em seus personagens masculinos, fazendo-os parecer com garotinhas. Mas não foi isso que me chamou a atenção. Ela estava com duas amigas que conversavam e riam, enquanto ela permanecia séria. Não parecia irritada, mas me perguntei se ela não estava gostando do evento. Pedi para conversar com ela e, enquanto conversávamos, ela não abriu nenhum sorriso, dava respostas pontuais e não parecia muito animada, diferente dos outros cosplayers. Perguntei como escolhia os personagens:

– Pela personalidade. Se eu gosto da personalidade do personagem dá vontade de fazer, senão não.

Não satisfeito, perguntei por que tinha escolhido aquele personagem que ela estava fantasiada:

– *Por ele ser inexpressivo, pelas atitudes dele.*

De repente, tudo fez sentido. Ela escolheu fazer cosplay de um personagem que, como ela, não se expressava muito bem. Ter algo em comum ou se identificar com o personagem, é a resposta que mais ouvimos quando conversamos com cosplayers, seja se tratando de personalidade ou de aparência. Por essa razão, acredito que a empatia seja responsável por boa parte dos cosplays.

É por se identificar com os personagens e criar uma relação com eles, que o jogo do cosplay se torna tão interessante e divertido. Há sempre uma relação, não somente entre cosplayer e personagem, mas entre espectador e personagem e, consequentemente, espectador e cosplayer. Não é à toa que tantos ficam contentes ao ver os personagens favoritos e querem ser fotografados junto a eles. Até os que não estão fantasiados querem fazer parte desse mundo. E quando eles querem muito fazer parte desse mundo, também se tornam cosplayers, não apenas para demonstrar sua admiração pelo personagem, mas por participar da brincadeira, junto com os amigos.

Antônio Flávio faz cosplay há uns 5 ou 6 anos, diz. Ele tem 50 anos e também me contou uma história interessante:

– *Na verdade foi minha filha pequena que começou com essa história e hoje eu gosto muito mais que ela. Eu nem conhecia, eu fui num evento, gostei, minha filha começou a frequentar com a roupinha do Xmen. Eu comecei com a história de fazer do Naruto. Todos me chamam de Jiraiya, porque meu personagem preferido é o Jiraiya, eu sempre estou como ele nos eventos. E mesmo na rua, sem estar vestido de cosplay, normalmente, o pessoal diz “ô Jiraiya, ô Jiraiya”.*

Ele não é o único que passa por isso. Vários cosplayers ficam marcados por seus personagens. Um apresentador do concurso cosplay explicou no palco uma vez que os apelidos dos apresentadores geralmente vinham de seus cosplays mais marcantes. O que acontece é que, durante esse jogo, o cosplayer engana tão bem seus espectadores que ele deixa de existir, é a imagem que toma seu lugar, passando a ter um corpo físico no mundo real. E, às vezes, isso se torna tão forte que realmente afeta o corpo das pessoas.

Recordo-me de um dia que estava em um evento com duas amigas cosplayers. Uma tentou chamar a outra – “*Claudia*” – disse uma vez, sem resposta. Tentou novamente – “*Claudia*” – e ela ainda não respondeu. Finalmente mudou sua tática, gritando – “*Roxas!*” – o personagem com que a amiga estava vestida, dessa vez conseguindo atrair sua atenção. Talvez

apenas o tom mais alto tivesse sido o suficiente, mas aquilo me deixou curioso o bastante para perguntar por que motivo tinha chamado a amiga pelo nome do personagem – “*Sei lá.*” – respondeu. Foi a resposta que mais marcou, afinal, poderia ter dito que era para brincar, ou por qualquer outra razão, mas disse que não sabia, foi algo que ela não pensou a respeito.

Acredito que isso mostra o poder que essas imagens têm sobre os corpos, possuindo-os, devorando-os. O processo da iconofagia que Norval Baitello Jr. apresenta está presente em todos os cantos desse cenário. Primeiramente criamos as imagens, que são, por exemplo, os mangás. Os mangás são uma espécie de fuga da realidade, uma válvula de escape para muitos jovens japoneses que sofrem com a pressão da sociedade. Os mangás os transportam para diferentes mundos, que muitas vezes têm mais sentido para esses jovens do que o mundo real. Apesar dos mangás serem japoneses, esse efeito também atinge os leitores ocidentais, que também querem poder viver em um mundo de fantasia. Não é difícil observar isso, basta olhar uma comunidade de otakus na internet, até mesmo uma página do Facebook a respeito de animês e verá alguém comentando sobre como gostaria que sua vida fosse um animê. Isso é uma busca por um sentido. Esses mangás e animês mostram um mundo de fantasia que tem um sentido e são consumidos por esta razão. Esse consumo vem aumentando e, embora revistas como a Weekly Shonen Jump não estejam mais na sua época de ouro, os mangás hoje são conhecidos mundialmente e são lidos pela internet por meio de várias traduções não oficiais.

Os mangás passam a ser consumidos aos montes, e o resultado disso são os otakus (usando aqui o termo no sentido de fãs dessa cultura pop japonesa e não no sentido inicial japonês, apesar deste se encaixar também, por esse consumo extremo), que buscam sempre novos mangás, novos animês, novos games, sem se cansar. Buscam fanfics sobre essas histórias, fanarts dos personagens, produtos oficiais, tudo o que conseguirem achar, conforme a necessidade de cada um.

As imagens começam a brigar por espaço, e por isso vemos tantos enredos com grandes semelhanças, que apelam cada vez mais para que o leitor se identifique com elas, usando personagens carismáticos com uma história de vida que tenta se aproximar o máximo da do fã, não por culpa de um autor mal-intencionado e manipulador, mas por causa de um autor que também consumiu essas imagens no passado e agora as repete.

Por fim, as imagens nos atingem de um modo tão forte que passamos a desejar ser como elas, como é o caso do cosplayer. Às vezes um personagem é tão marcante na vida dele, por tê-lo ensinado algo ou por ser muito parecido com ele, ou até mesmo porque ele quer ser um pouco como aquele personagem é, que o cosplayer decide realmente se tornar aquele

personagem, mesmo que só em uma brincadeira. Algumas vezes, assim como as jovens em busca do corpo perfeito que viram nas revistas de moda, fazem mudanças em seu próprio corpo, cortam e pintam o cabelo, ganham musculatura, emagrecem, etc.

Isso não ocorre por terem vergonha de si mesmos e sim porque eles querem vivenciar algo diferente, ser alguém diferente por um dia. No dia a dia eles são pessoas “normais”, que agem e se vestem como os outros. Porém, ser como os outros, ser “normal”, nem sempre é divertido. Por que ser “normal” quando você pode ser um “super-herói”? Por que ser como os outros se você pode se destacar? Não é uma grande necessidade de atenção, como pode parecer, mas uma grande necessidade de encontrar o seu lugar, um lugar onde você não é só mais um em meio à multidão, e sim alguém que pode se fazer notar, onde pode mostrar o que gosta, como é ou como queria ser, sem medo de ser repreendido.

Por essa razão trocam as máscaras, pois com o cosplay não precisam ser eles mesmos, não precisam se ater aos papéis nos quais ficam presos todos os dias. Tira-se a máscara de estudante, publicitário, programador, etc. e coloca-se a máscara de ninja, samurai, mutante ou o que quer que seja. Quando se tira a primeira máscara, aquilo deixa de ser interessante e é por isso que, quando se faz cosplay em um evento de animê, não importa quem você é fora dali, seu emprego, nem sequer seu nome: o que importa é a máscara atual, que, por sua vez, quando for retirada no final do evento, também não vai mais importar como antes. Muitos cosplayers até vendem suas fantasias depois que se cansam de usá-las.

Como disse Flusser, no trocar de máscaras nós podemos perceber a tentativa de dar um sentido à vida. E como disse Cyrulnik, não podemos ser se estivermos sozinhos. E aqui é o ponto onde tudo se encaixa, pois a comunicação surge da tentativa de dar um sentido ao mundo e de esquecer a solidão. É por essa razão que buscamos pertencer a algo, nos relacionamos com os outros nessa busca de sentido e, como humanos, temos em nosso cérebro ferramentas que nos ajudam a fazer isso, mesmo sem que percebamos.

Para entender nós mesmos, precisamos entender os outros. Por isso nos colocamos no lugar do outro e jogamos com eles; só assim somos capazes de nos deixar enfeitiçar pelo mundo. Passamos a viver numa eterna tentativa de preencher um vazio que pode trazer certas consequências para o próprio corpo, sejam elas mais ou menos catastróficas, quando as imagens passam a dominar tudo.

Norval Baitello Jr. conta em suas aulas que Flusser, ao explicar sobre a escalada da abstração, dava um passo para trás a cada etapa do processo, encostando-se à parede quando chegava à nulodimensionalidade das imagens. Dizia então que não havia mais como continuar e que a única saída era fazer o caminho de volta. Sempre me perguntei como seria esse

caminho de volta, mas tenho certeza de que, neste momento, qualquer que seja a direção que tentarmos seguir, as imagens estarão conosco, em nossos próprios corpos.

6- Referências bibliográficas

ANDRAUS, Gazy. O fanzine de HQ, importante veículo de comunicação alternativa imagético-informacional: sua gênese e seus gêneros (e a influência do mangá). In: LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa: mangá e animê**. São Paulo: Hedra, 2005. p. 65-78.

BAITELLO jr., Norval. **A era da iconofagia**. São Paulo: Hacker Editores. 2005. 122 p.

_____. **A mídia antes da máquina**. In: JB Online, Caderno Ideias. 16/10/1999. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/maquina.pdf>. Acesso em: 9 de junho de 2011.

_____. **A serpente, a maçã e o holograma: Esboços para uma teoria da mídia**. São Paulo: Paulus. 2010. 120 p.

_____. Corpo e imagem: Comunicação, ambientes, vínculos. In: RODRIGUES, David (Org.). **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo, Summus. 2008. p. 95-112.

_____. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: AnnaBlume. 1999. 126 p.

_____. (org.); GUIMARÃES, Luciano (org.); MENEZES, José Eugênio de Oliveira (org.); PAIERO, Denise (org.); **Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia**. São Paulo: AnnaBlume. 2006. 257 p.

_____. **Podem as imagens devorar os corpos?** In: Revista Sala Preta. Volume 7. 2007. p. 77 – 82. Disponível em: http://www.eca.usp.br/salapreta/PDF07/SP07_010.pdf. Acesso em: 17 de setembro de 2012.

_____. Vilém Flusser e a terceira catástrofe do homem ou as dores do espaço, a fotografia e o vento. **Flusserstudies.net**, n. 03, nov. 2006. Disponível em: <http://www.flusserstudies.net/pag/03/terceira-catastrofe-homem.pdf>. Acesso em: 08 dez. 2011.

BARRAL, Étienne. **Otaku: Os filhos do virtual**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo. 2000. 271 p.

BARROS Antonio (org.); DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas. 2009. 380 p.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez. 1980. 279 p.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Cotovia. 1990. 228 p.

COSPLAY BRASIL. <http://www.cosplaybr.com.br>. Acesso em: 14 de dezembro de 2011.

COSPLAYERS.NET. www.cosplayers.net. Acesso em: 14 de dezembro de 2011.

COSTUMING.ORG. www.costuming.org/history.html. Acesso em: 6 de maio de 2011.

CYRULNIK, Boris. **Do sexto sentido:** O homem e o encantamento do mundo. Lisboa: Instituto Piaget. 1999. 296 p.

DAMÁSIO, António. **O livro da consciência:** A construção do cérebro consciente. Lisboa: Temas e Debates/Círculo de Leitores. 2010. 237 p.

FLUSSER, Vilém. **Los Gestos:** Fenomenología y Comunicación. Barcelona: Herder. 1994. 210 p.

_____. **O mundo codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 222 p.

_____. **O pensamento sentado:** Sobre glúteos, cadeiras e imagens. Rio Grande do Sul: Editora Unisinos. 2012. 149 p.

_____. **O universo das imagens técnicas:** Elogio da superficialidade. São Paulo: AnnaBlume. 2008. 150 p.

GRAVETT, Paul. **Mangá:** Como o Japão reinventou os quadrinhos. São Paulo: Conrad. 2006. 183 p.

GREINER, Christine. **O Corpo:** Pistas para estudos indisciplinados. São Paulo: Anna Blume. 2006. 150 p.

GUSMAN, Sidney. Mangás: hoje, o único formador de leitores do mercado brasileiro de quadrinhos. In: LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa:** mangá e animê. São Paulo: Hedra, 2005. p. 79-84.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens.** São Paulo: Perspectiva. 2010. 243 p.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia:** Interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina. 2006. 237 p.

LIFE IS BEAUTIFUL. <http://lifeisbeautiful-diansharma.blogspot.com>. Acesso em: 14 de dezembro de 2011.

LOURENÇO, André Luiz Correia. **Otakus**: Construção e representação de si entre aficionados por cultura pop nipônica. 2009. 365 f. Tese (Doutorado em Antropologia) - Curso de Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

LUNNING, Frenchy. Cosplay, Drag, and the Performance of Abjection. In: PERPER, Timothy & CORNOG, Martha (editores). **Mangatopia**: Essays on Manga and Anime in the Modern World. Califórnia: Libraries Unlimited. 2011. p. 71-88.

LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa**: Mangá e animê. São Paulo: Hedra. 2005. 143 p.

_____. **Mangá**: o poder dos quadrinhos japoneses. São Paulo: Hedra. 2000. 249 p.

MIKEVIS, Dayanne. Brasil foi o pioneiro na leitura de mangá no ocidente. **Folha Online**. 15 jan. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u363054.shtml>. Acesso em: 20 abr. 2009.

NAGADO, Alexandre. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa**: mangá e animê. São Paulo: Hedra, 2005. p. 49-57.

NAPIER, Susan Jolliffe. **From impressionism to anime**: Japan as fantasy and fan cult in the mid of the west. Nova Iorque: Palgrave Macmillan. 2007. 258 p.

SANCHES, Rodrigo Daniel. **Do homem-placa ao Pixman**: o corpo como suporte midiático. São José do Rio Preto: Bluecom Comunicação. 2009. 211 p.

SATO, Cristiane A. A cultura popular japonesa: animê. In: LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa**: mangá e animê. São Paulo: Hedra, 2005. p. 27-42.

SATO, Francisco Noriyuki. O mangá e o papel da Abrademi. In: LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa**: mangá e animê. São Paulo: Hedra, 2005. p. 59-63.

THOMPSON, Evan. 2001. **Empathy and consciousness**. Em Journal of Consciousness Studies 8, no. 5-7: 1-32.

TOKU, Masami; WILSON Brent. **“Boy’s love”, Yaoi and art education: Issues of power and pedagogy**. 2003. Disponível em: http://www.csuchico.edu/~mtoku/vc/Articles/toku/Wil_Toku_BoysLove.html. Acesso em: 17 de setembro de 2012.