



Revista Digital do LAV

E-ISSN: 1983-7348

revistadigitaldolav@ufsm.br

Universidade Federal de Santa Maria
Brasil

Damasceno Pereira, Iliada
Cosplayers e animencontros: Os caminhos metodológicos de uma pesquisa de campo
Revista Digital do LAV, vol. 6, núm. 11, septiembre, 2013
Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337028478013>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

**Cosplayers e animencontros:
Os caminhos metodológicos de uma pesquisa de campo**

**Cosplayers and anime meetings:
The methodological approaches of a field research**

Ilíada Damasceno Pereiraⁱ

Resumo

O presente artigo procura discutir os caminhos metodológicos de uma pesquisa qualitativa desenvolvida em dois *animencontros* realizados anualmente na cidade de Fortaleza, o SANA 2011 e o SANA Fest 2012. Tal pesquisa objetiva identificar e analisar as identidades e subjetividades construídas e desenvolvidas por meio da relação entre as visualidades da cultura *pop* japonesa presentes nos eventos e seus participantes. Para tanto, foram realizados, no primeiro evento, observação participante, anotações em diário de campo, registro de imagens e um grupo focal; no segundo *animencontro*, porém, a pesquisa ficou focada no acompanhamento de um grupo de *cosplayers* chamado *Gold Project*.

Palavras Chave: Metodologia, Identidade, Subjetividade, Animação, Cultura Visual.

Abstract

This article discusses the methodological approaches of a qualitative research developed in two *anime meetings* held annually in the city of Fortaleza, SANA 2011 and SANA Fest 2012. This research aims to identify and analyse the identities and subjectivities constructed and developed through the relationship between visualities of Japanese pop culture present in the event and its participants. To do so, participant observation, field diary notes, image registering, and a focus group were carried out in the first event; in the second *anime meeting*, however, the research was focused on tracking a group of cosplayers called *Gold Project*.

Keywords: Methodology, Identity, Subjectivity, Animation, Visual Culture.

O surgimento de uma ideia... ou dúvida?

*Mangás*¹ e *animês*² sempre estiveram presentes em minha vida. Desde a infância, leio páginas e páginas de *mangás* e assisto a episódios de *animês*. Desenhos como Cavaleiros do Zodíaco, *Dragon Ball*, *Sailor Moon* e vários outros produtos visuais da cultura popular japonesa chamam minha atenção e provocam-me questionamentos.

Início este texto lembrando minha infância. A ideia de construir um projeto de pesquisa sobre *animencontro* (evento organizado e produzido com base em visualidades da cultura *pop* japonesa³) e seus campeonatos de *cosplay* surgiu a partir de meu interesse por esses artefatos visuais e, especialmente, pela possibilidade de levar para a vida acadêmica um pouco de meus prazeres cotidianos.

¹ Histórias em quadrinhos japonesas.

² Desenhos animados japoneses. No Japão, *animê* refere-se a qualquer desenho animado, mas, no ocidente, diz respeito somente aqueles oriundos do Japão.

³ Os artefatos visuais mais representativos da cultura *pop* japonesa são *mangás* e *animês*.

Minha pretensão não é fazer uma pesquisa sobre a linguagem dos *mangás* e *animês* ou, sobre suas características gráficas. Meu desejo é investigar o que motiva pessoas que, como eu, passam horas e horas apreciando e consumindo esses produtos visuais. E, ainda, como os significados dessas imagens influenciam a construção de identidades e subjetividades. A opção por fundamentar o projeto em dois eventos (*animencontros*) foi essencial para minha aproximação junto aos participantes que, em geral, são fãs da cultura *pop* japonesa.

Realizei a pesquisa de campo no SANA 2011 e no SANA Fest 2012, eventos que acontecem respectivamente em três dias do mês de julho e em dois dias do mês de janeiro, no Centro de Convenções da cidade de Fortaleza. Durante o SANA 2011, principal evento dessa categoria na Cidade, realizei observação participante, registro de imagens e oito entrevistas individuais com concorrentes dos campeonatos de *cosplay*⁴. Ao término do evento, também organizei um grupo focal com os *cosplayers* que haviam participado das entrevistas.

A opção por entrevistas individuais para a produção de dados na pesquisa qualitativa deu-se pelo fato de possibilitarem uma análise apurada de como os entrevistados vêem-se e relacionam-se em determinado contexto social, especificando suas “motivações, crenças, valores e atitudes” (GASKELL, 2002). Ao mesmo tempo, o grupo focal realizado, incentivou uma participação mais efetiva dos entrevistados com comportamentos introspectivos. Além de induzir embates e discussões entre os participantes, o grupo focal mostrou-se capaz de mobilizar outros sentidos e argumentos (BARBOUR, 2009).

No início da pesquisa, definir quais seriam os sujeitos colaboradores das entrevistas no SANA 2011, um evento com quase 60.000 participantes, não foi tarefa fácil. A opção por realizá-las com alguns concorrentes dos campeonatos de *cosplay* se deu, principalmente, pela aparente participação e influência que as visualidades da cultura popular japonesa possuem em suas vidas.

Durante minhas observações no SANA, conheci também alguns grupos que participavam dos campeonatos de *cosplay*. Esses grupos eram compostos por jovens que se reuniam para competir nas categorias tradicional e livre⁵. Assim, visando conhecer com mais

⁴ Campeonatos onde os indivíduos (*cosplayers*) vestem-se como seus personagens favoritos e, em seguida, desfilam para uma plateia e jurados.

⁵ Os campeonatos de *cosplay* são divididos por categorias: livre, tradicional e desfile *cosplay*. O campeonato livre permite que os *cosplayers* utilizem a criatividade para compor uma apresentação que mescle personagens de animês, mangás, jogos de vídeo *games* ou séries televisivas de forma cômica. Já no campeonato tradicional, os *cosplayers* devem ser totalmente fiéis ao desenho e aos personagens escolhidos.

profundidade o funcionamento e as relações existentes dentro de um dos grupos, decidi realizar uma segunda etapa da pesquisa no SANA Fest.

Nesta segunda etapa, para focar as observações, me aproximei de um grupo de *cosplyers* chamado *Gold Project*, acompanhei seus ensaios, entrevistei seis de seus membros e registrei, por meio de fotografias e anotações, momentos, detalhes e observações sobre a apresentação no dia do campeonato de *cosplay* tradicional no SANA Fest 2012. A escolha desse grupo, em particular, resultou da participação de dois de seus componentes no grupo focal realizado anteriormente.



Figura 01: Apresentação do grupo *Gold Project* no campeonato de *cosplay* tradicional do SANA Fest 2012, representando o *animê Code Geass*

Com esta pesquisa pretendo, então, compreender como *mangás*, *animês* e produtos visuais no SANA 2011 e no SANA Fest 2012 contribuem e participam da construção de subjetividades e identidades, buscando identificar como ocorre este processo. Me apoio na ideia de identidade proposta por Hall (2000; 2005) como conceito cambiante e mutável no qual os sujeitos podem conter várias identidades, desenvolvidas por meio de suas relações com as práticas culturais existentes em seus ambientes sociais num processo contínuo e flexível.

As entrevistas foram realizadas com concorrentes dos campeonatos de *cosplay* e, desse modo, posso destacar outros questionamentos e dúvidas aflorados a partir da pesquisa de campo: qual o motivo da escolha daquele personagem? Como os sujeitos se veem no

personagem? O que significa participar dessa experiência? Quais manifestações visuais são ativadas a partir destas relações?

Conhecendo melhor o SANA

Uma dúvida que constantemente surgia relacionada ao desenvolvimento do projeto, dizia respeito a compreender como narraria as informações, histórias e visualidades do SANA, do SANA Fest e de seus campeonatos de *cosplay*, visto que não existem registros oficiais sobre o assunto. Considerava como principal opção realizar entrevistas com os organizadores dos eventos, passo da pesquisa que acabou por não acontecer.

Para contornar essa lacuna, resolvi utilizar como fonte de pesquisa, as inúmeras imagens e matérias de jornais e *sites* que foram publicadas durante os dois *animencontros*. Por exemplo, os principais jornais diários do estado do Ceará possuem, há alguns anos, cadernos especiais editados semanalmente, direcionados aos fãs de *mangás* e *animês*. Ambos trazem informações sobre o mundo da cultura *pop* japonesa e, durante os eventos, os assuntos tratados dizem respeito ao que acontecerá nestes *animencontros*.

Neste sentido, a utilização de imagens como fonte, corrobora o entendimento de que dados visuais articulam valores cognitivos e o potencial de intervenção social atrelados tanto à produção quanto à circulação e ao consumo. Para Meneses (2003), os historiadores deveriam concentrar sua atenção não apenas nas fontes visuais, mas, também, e, principalmente, no campo das visualidades que permeiam a sociedade dando ênfase ao caráter cognitivo das imagens como deflagradoras de sentidos a serem utilizados não somente no campo historiográfico, mas, em todos os ramos da pesquisa social.

Como um dos objetivos desta pesquisa é compreender aspectos do processo histórico de construção e desenvolvimento do SANA e do SANA Fest, a análise de imagens de sites e de cadernos semanais de jornais do Ceará, além das matérias e notícias, mostra-se fonte extremamente fecunda. A etapa onde discuto as questões históricas referentes à idealização e à organização dos eventos é importante para compreender como foram construídas as relações entre os *animencontros* e seus participantes.

***Animencontros*, imagens e cultura**

O SANA surgiu há onze anos na cidade de Fortaleza e no decorrer de pouco mais de uma década cresceu em termos de estrutura e público. Contou, em sua primeira edição, com a presença de apenas 400 pessoas e, no último evento, teve a participação de aproximadamente 60.000 participantes.

O SANA Fest é mais jovem e de menor porte. Nasceu em 2008 com o objetivo de dar o pontapé inicial as comemorações do centenário da migração japonesa no Brasil no Estado do Ceará. Buscava, também, divulgar as atrações do SANA que ocorreria no mês de julho, em Fortaleza.

Ambos os eventos possuem, basicamente, a mesma programação. O que os diferencia é a quantidade de dias e a época do ano em que são organizados. O SANA Fest, entretanto, por ocorrer no mês de janeiro, também abriga a etapa regional do WCS (*World Cosplay Summit*), campeonato de *cosplay* mais importante do País, pois os vencedores nacionais deste concurso representam o Brasil na etapa internacional realizada no Japão.

Os dois eventos possuem uma extensa programação onde acontecem exposições e vendas de *mangás* e *animês*; exibições de *animês* e de artes marciais; palestras com desenhistas, pesquisadores da área e dubladores; oficinas de desenho; *shows* de bandas e DJ's; atrações internacionais como intérpretes de *anime songs* (músicas tema de *animês* e de seus personagens); *animekê* (campeonato de *karaokê* com músicas tema de *animês*) e os campeonatos de *cosplay*.

A programação, conforme desenvolvida nos dois eventos deixa claro que seus espaços são propícios a visualidades e manifestações visuais, ambientes fecundos para a realização de pesquisas relacionadas à imagem e ao campo da cultura visual. O grande número de participantes que circula, que decide concorrer nos campeonatos de *cosplay* e dedicam boa parte de seu tempo para escolher um personagem, compor uma imagem e apresentarem-se no palco, diz sobre a potencia dessas visualidades e sua influência na construção de subjetividades. Martins (2008) utiliza uma frase que, a meu ver, pode ser representativa do poder das imagens na contemporaneidade. Para o autor, "Imagens tem vida cultural e exercem poder psicológico e social sobre os indivíduos" (p. 34).

Esta pesquisa inclui diferentes pontos de vista ao considerar tanto as relações entre as visualidades da cultura *pop* japonesa no evento e seus participantes, foco principal da investigação, quanto imagens que contam histórias e, desse modo, transformam-se em fontes visuais de informação. As imagens, desde épocas remotas, fazem parte de nosso cotidiano e possuem forte influência em nossas vidas. Na atualidade, as novas tecnologias de comunicação e informação corroboram para uma socialização imagética sem precedentes onde todo tipo de imagem pode ser produzida e circular em ambientes sociais. Desse modo, a cultura visual visa analisar e discutir justamente a diversidade de imagens existentes e suas participações em ambientes culturais (MONTEIRO, 2008).

O registro imagético foi de fundamental importância para o desenvolvimento da pesquisa porque as anotações do diário de campo eram feitas de maneira rápida, fragmentada, devido à velocidade dos episódios e performances e, principalmente, à inquietação e agitação dos participantes e *cosplayers*.

Banks (2009) apresenta dois argumentos para reforçar a importância de fontes visuais em pesquisas independente das problemáticas que as conduzem. Primeiro, as imagens estão presentes na sociedade e fazem parte da experiência social humana, circulam em todos os âmbitos e contextos. Segundo, são importantes fontes de investigação porque certas informações tornam-se aparentes e acessíveis apenas por meio de análises visuais, mesmo quando isso não é tão perceptível em alguns campos de estudo.

Estar presente no maior número de ambientes possíveis do SANA, acompanhar os ensaios do grupo de *cosplayers* e sua apresentação no campeonato tradicional do SANA Fest, foram ações importantes para a produção de dados que sinalizam caminhos e/ou trilhas iniciais para meus questionamentos. Visualizo esses eventos, ou seja, os *animencontros*, não como objetos da pesquisa, mas como lugares a partir dos quais posso construir, mesmo que parcialmente, possíveis explicações/interpretações para minhas dúvidas e perguntas. Geertz (2008, p. 16) faz uma afirmação que representa e sintetiza este ponto de vista: “O *locus* do estudo não é o objeto do estudo”.

Animencontros e seus meandros...

O SANA e o SANA Fest são dois dos *animencontros* mais importantes do Brasil. O primeiro é conhecido nacionalmente. Já tive, inclusive, a oportunidade de encontrar pessoas em Goiânia, cidade onde resido atualmente, fazendo comentários sobre a possibilidade de ir à Fortaleza para participar desses eventos. A força das visualidades nesses *animencontros* mobiliza gostos e escolhas, induz comportamentos e atitudes que, para muitos, podem parecer incompreensíveis.

Os participantes que caminham pelos corredores dos eventos visualizam imagens e artefatos visuais, interagem com colegas e/ou pessoas que acabaram de conhecer, consomem produtos como revistas, mochilas, bolsas e camisetas com imagens emblemáticas dos personagens dos desenhos que assistem diariamente em suas casas sentem um certo magnetismo ao partilhar num tempo e espaço específicos gostos e prazeres, ideias e preferências com pessoas talvez nunca antes vistas.



Figura 02: Corredor do SANA 2011

Banca de vendas de artefatos da cultura popular midiática e participantes do *animencontro*

De forma atraente, esses eventos retiram os participantes de seus cotidianos e transformam-se em lugares especiais capazes de dar proeminência e força à imagens e à visualidades da cultura popular midiática que os rodeia. São locais de trocas de ideias, encontros e desencontros, acalantos e rupturas, representações e sociabilidades. Os participantes, cada um a sua maneira, abandonam a própria rotina para dedicar-se, por dois ou três dias, ao encantamento desses espaços e suas visualidades.

Neste sentido, os eventos, campeonatos de *cosplay* e suas programações, não são apenas lugares extraordinários, mas, momentos onde elementos de uma sociedade são ampliados para realçar o que nela já é existente e visto com frequência. Para Peirano (2000), "Eventos mudam os atores envolvidos: não é possível falar de um conjunto de atores antes e depois dos eventos – todos se transformam na temporalidade que vai do antes ao depois" (p. 4).

Sahlins (1999) propõe um conceito pertinente às ideias que norteiam esta pesquisa. Ao caracterizar eventos como ações transformadoras de relações e categorias fixadas em uma sociedade, o autor ressalta que eles tem o poder de modificar a própria produção cultural e de significados em um contexto social. Os participantes que circulam pelos

espaços dos *animencontros* estão, constantemente, oferecendo e recebendo algo por meio das relações sociais e produtos imagéticos. Cada sujeito deixa muito de si e leva muito do outro ao vivenciar aqueles momentos.

Ao mobilizarem ações e reações por meio de imagens e artefatos visuais da cultura *pop* midiática, os *animencontros* são, também, espaços de aprendizagem e troca de conhecimento. Ao discutir a função das visualidades na produção de conhecimento de crianças e adolescentes, Steinberg e Kincheloe (2004) tratam imagens e mensagens midiáticas como focos de “pedagogias culturais”, criadoras de novos “currículos culturais” concebidos por meios de informações e conteúdos encontrados no dia a dia dos sujeitos.

Tavin e Anderson (2010) corroboram com essa ideia na pesquisa que desenvolveram com imagens e mensagens veiculadas pela *Disney*. Ao entrarem no cotidiano dos sujeitos, essas imagens promovem a construção de identidades e subjetividades atreladas à ideologias que caminham de mãos dadas com tais informações e conteúdos. Ao discutir a força dessas imagens como transmissoras de conhecimentos e criadoras de subjetividades, os autores as denominam como “professores do novo milênio”.

As imagens e artefatos visuais presentes nos *animencontros* são produtos criados e distribuídos com o intuito de atingir o mercado e gerar lucro. São visualidades que mobilizam sentidos e, em muitos casos, através do lazer e entretenimento, articulam e difundem formas de pensamento e comportamento. Nesse sentido, é necessário reconhecer as relações de poder e as influências que, sorrateiramente, atravessam essas visualidades e alcançam o público consumidor. Giroux (2004), em seus textos, faz uma discussão sobre pedagogias culturais. Ao discorrer sobre o tema, o autor propõe o conceito de “influência corporativa comercial” para explicar o modo como artefatos visuais e visualidades são utilizados para acionar ideias e posições ideológicas de grandes corporações comerciais, destacando as relações de poder existentes neste processo.

Algumas considerações finais

Procurei, até o momento, apresentar os caminhos investigativos desta pesquisa, ainda inacabada. Apresentei alguns procedimentos metodológicos utilizados no decurso da produção de dados bem como algumas conceituações, temáticas e autores com os quais tenho dialogado. A pesquisa de campo foi realizada e os dados estão sendo analisados. Posso acrescentar que, baseada numa visão inicial dos dados, outros temas e questões ainda serão incorporados à análise.

A investigação de identidades e subjetividades movediças e cambiantes em espaços transformadores e produtores de sentidos podem possibilitar uma análise cuidadosa e detalhada dos acontecimentos e dos campeonatos de *cosplay* que observei nos eventos. Ao mesmo tempo, devo dizer que as entrevistas individuais e o grupo focal diversificam perspectivas e pontos de vista contribuindo para encaminhamento instigante e produtivo da pesquisa.

Referências

BANKS, Marcus. **Dados visuais para pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BARBOUR, Rosaline. **Grupos focais**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIROUX, Henry A. Os filmes da Disney são bons para seus filhos?. In: STEINBERG, Shirley e KINCHELOE, Joe (Orgs.). **Cultura Infantil** – A construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. pp. 87-108.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

_____. **Da diáspora Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

MARTINS, Raimundo. Das Belas Artes à Cultura Visual: enfoques e deslocamentos. In: _____. (org.). **Visualidade e Educação**. Goiânia: FUNAPE, 2008, pp. 25-36.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 23, n. 45, p.11-36, 2003.

MONTEIRO, Rosana H. Cultura visual: Definições, escopo, debates. **Domínios da Imagem**, ano I, n. 2, pp. 129-134, maio 2008.

PEIRANO, Mariza. Análise de rituais e eventos. In. PEIRANO, Mariza (org.). **Análise de rituais**. Brasília: UNB, 2000. pp. 3-7. (Série Antropologia – 283).

SAHLINS, Marshall. **Ilhas de História**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

STEINBERG, Shirley e KINCHELOE, Joe (Orgs.) **Cultura Infantil** – A construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

TAVING, Kevin e ANDERSON, David. A Cultura Visual nas Aulas de Arte do Ensino Fundamental: Uma Desconstrução da Disney. In: MARTINS, Raimundo e TOURINHO, Irene (Orgs.) **Cultura Visual e Infância**: quando as imagens invadem a escola... Santa Maria (RS): Editora da Universidade Federal de Santa Maria, 2010. pp. 57-69.

Sites

www.opovo.com.br

www.diariodonordeste.globo.com

ⁱ * Mestre pela Universidade Federal de Goiás. iliadadmestrado@gmail.com