



## **ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE MODA DA TRIBO DOS *COSPLAYERS***

Autor(a): **Raissa Silva de Araujo Lima**  
Email: **rasinha\_lima@hotmail.com**

### **Introdução**

As tribos urbanas são constituídas por agrupamentos compostos por pessoas que queiram estabelecer redes a partir de afinidades e interesses em comum, como pensamentos, ideologias, estilos de vida, hábitos e maneiras de se vestir.

Os *Cosplayers* podem ser citados como um exemplo de tribo urbana. Seus hábitos de consumo e as principais fontes de inspiração do seu vestuário são diferentes do restante da população e possuem uma correlação estreita com a cultura popular moderna japonesa. Essa tribo está em bastante evidência nos últimos anos, expandindo-se pelo mundo e despertando a curiosidade de diversos segmentos econômicos, mas apesar disso, ainda não é objeto de atuação para a maioria dos profissionais da área de moda.

Diante do exposto, um problema de pesquisa é evidenciado: Qual o comportamento de moda apresentado pela tribo urbana dos *Cosplayers*?

Sendo assim, tal estudo tem como objetivo geral analisar o comportamento de moda dos *Cosplayers*, expondo, por meio de uma pesquisa qualitativa, seus *hobbies*, seu estilo e as principais fontes de inspiração e aquisição do seu vestuário.

1

---

### **Referencial Teórico**

Desde os primórdios, a moda foi e ainda é, incontestavelmente, um fenômeno cultural e um sensor da sociedade no que se diz respeito ao estado de espírito, aspirações e costumes de uma população (JOFFILY, 1991).

A palavra moda tem origem do latim “*modus*”, ou seja, modo, maneira. Na língua inglesa, moda é *fashion*, e também possui a mesma conotação do latim. Independente da língua, a moda é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, e vai do simples uso de roupas até um contexto mais amplo, social, político e sociológico. Ela engloba diversos âmbitos, ou seja, pode ir de um bar da moda, uma música ou um ritmo da moda, uma gíria da moda, a moda em arquitetura, decorações, até o design. Porém, traz sempre o seu caráter predominante de diferenciação, novidade e, principalmente, de



efemeridade. Em poucas palavras, entende-se que moda é referente àquilo que é de aceitação ampla e popular (PALOMINO, 2003; BRAGA, 2006, 2008).

Apesar de inegavelmente possuírem uma ligação entre a necessidade de imitação e a vontade de se distinguir, pode-se dizer que a moda e o estilo são diferentes, visto que o último refere-se a algo marcante, mais conceitual e menos efêmero (CIDREIRA, 2005; BRAGA, 2008).

O termo estilo transmite o conceito da maneira particular de como o indivíduo expressa seus sentimentos, pensamentos e emoções. De acordo com Cidreira (2005, p. 118), estilo é

[...] aquilo que caracteriza uma forma de expressão, formado por um conjunto de traços identitários que resultam numa unicidade, numa assinatura; ou ainda, qualidade de alguém ou de alguma coisa que apresenta características estéticas originais.

A partir dos conceitos sobre moda e estilo que foram apresentados, torna-se possível compreender o significado e o comportamento das tribos urbanas.

As tribos urbanas podem ser definidas como agrupamentos semi-estruturados, compostos em sua maioria por pessoas que se organizam em torno do compartilhamento de interesses em comum, como rituais e elementos da cultura que expressam valores e estilos de vida, moda, música e lazer que são típicos de um espaço em uma determinada época (OLIVEIRA; CAMILO; ASSUNÇÃO, 2003).

Pode-se dizer que existe uma relação indissociável entre o tribalismo contemporâneo e a cultura jovem, pois este último consiste num momento distinto em que ocorre a negação de valores por parte dos jovens. A união dessa sede por liberdade com o contexto que atualmente está sendo vivenciado, o bombardeamento de informações advindas da mídia, moda, estética, faz com que essa juventude busque formar uma identidade própria, aderindo às novas redes sociais por uma associação de valores, estética, atitudes e comportamentos (VIEIRA, 2007).

Esta é a associação utilizada no delineamento do que vem a ser as tribos urbanas, e sobre isso, Vieira (2007, p. 4) comenta o seguinte:

Os jovens urbanos se unem em tribos, partilham linguagem, sentimento, vestuário, pensamento, costumes, agregam características por interesses comuns inseridos na estrutura cotidiana. Apesar da instabilidade dos sentimentos e dos interesses particulares desses indivíduos, as tribos se constituem por laços sociais bastante sólidos erguidos na experiência ética de



cada tribo, resultante dos sentimentos vividos em comum. Se considerarmos cultura como um conjunto de pequenas coisas que juntas caracterizam o cotidiano, pode-se dizer que o tribalismo esbraveja cultura. Cada grupo é ao mesmo tempo o supremo absoluto de si e interligado por redes sociais apoiadas na integração e na recusa afetiva de valores, a cultura localizada se inscreve no todo que é a sociedade.

Percebe-se, então, a existência de várias tribos urbanas inseridas no contexto da sociedade que foram crescendo ao longo dos tempos. Para este trabalho, escolheu-se focar na tribo dos *Cosplayers*.

O *Cosplay*, contração das palavras *costume* (traje/fantasia) e *play/roleplay* (brincadeira, interpretação), pode ser considerado como um *hobby*, no qual os indivíduos utilizam tanto fantasias de personagens de quadrinhos, games e desenhos japoneses, quanto de personagens de filmes, séries de TV, livros e animações. Há também aqueles, porém em menor quantidade, que criam seus próprios personagens e histórias (FRANÇA, 2008).

Além de usarem as fantasias, os participantes desta tribo, em alguns casos, também interpretam o personagem escolhido, reproduzindo os traços mais marcantes da personalidade do mesmo. Fazem apresentações e competem em eventos que reúnem os seguidores desta prática, como por exemplo, em convenções de animes e games (FRANÇA, 2008).

## Metodologia

Para essa investigação, escolheu-se fazer uma pesquisa do tipo exploratória com o objetivo de se familiarizar com o problema e levantar informações sobre o assunto.

Já para os procedimentos técnicos da investigação, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com base no material já produzido por outros teóricos, e uma pesquisa de campo, feita por meio de uma observação direta extensiva através da aplicação de um questionário respondido pelo público-alvo da pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2009).

A amostra que foi selecionada para essa pesquisa é composta por 16 *Cosplayers* com a faixa etária entre 19 e 28 anos, 30% do sexo masculino e 70% do sexo feminino. A maioria é estudante, mora na região nordeste do Brasil com seus pais, pertence à classe média e possui o socialismo como posição política predominante. A seleção dos *Cosplayers* foi realizada a partir de contatos pessoais e fontes próximas, e escolheu-se utilizá-los como amostragem porque além deles serem o objeto de estudo dessa



investigação, são os indivíduos que melhor respondem os questionamentos sobre o comportamento de moda da tribo.

A coleta de dados foi feita através de uma pesquisa em fontes secundárias como livros, artigos e sites que tratam do assunto, reunindo assim as informações necessárias para a construção do referencial teórico. Além disso, aplicou-se um questionário composto por perguntas sobre interesses, *hobbies*, estilo, principais fontes de inspiração e aquisição do vestuário para se obter mais informações sobre o comportamento de moda dos *Cosplayers*.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, os dados coletados foram analisados e classificados levando-se em consideração as respostas fornecidas pela maioria.

## **Resultados**

**Hobbies:** assistir animes; ouvir rock, especificamente o rock japonês; assistir filmes de ficção científica; jogar videogames e *Role-playing Game* (RPG), jogos de interpretação de personagens; além de participar dos eventos de *Cosplay*. Dessa forma, já que os *Cosplayers* compartilham interesses em comum como estilos de vida, música e lazer, podem ser considerados uma tribo urbana, de acordo com o que foi definido por Oliveira, Camilo e Assunção (2003).

**Estilo:** se definem como “estilosos”; preferem usar jeans no dia-a-dia e em momentos de lazer, mas sempre com algum detalhe ousado e original; não possuem lojas específicas para a compra de roupas e acessórios. Com essas informações, pode-se concluir que os *Cosplayers* não seguem tanto as tendências de moda e possuem um estilo bem definido, mais marcante e menos efêmero, como afirma Braga (2008).

**Vestuário:** a maioria dos entrevistados é *Cosplay* há mais de 5 anos e já participou de diversos eventos, sendo grande parte no Brasil; suas fantasias geralmente são desenvolvidas por eles mesmos, com um investimento médio na produção que varia de 200 a 2.000 reais; a escolha dos personagens para o *Cosplay* é feita a partir da afinidade com o anime e também é levada em conta as semelhanças no aspecto físico, além da performance do personagem, fundamental para um bom *Cosplayer* e um dos critérios de avaliação nos concursos. Assim, pelas afirmações dos entrevistados pode-se comprovar que as definições apresentadas por França (2008) se mantêm verdadeiras.



## Considerações Finais

A pesquisa evidenciou o comportamento de moda típico da tribo *Cosplay* e a existência de um vínculo com o comportamento japonês no consumo de produtos e mídias, segundo a sua cultura pop. Identificou-se que há uma expansão no número de adeptos dessa tribo urbana, com a inclusão de novos jovens a cada dia. Do ponto de vista econômico, os *Cosplayers* pertencem a uma classe bastante consumista e com um poder de compra que pode ser explorado pelo mercado da moda.

Observou-se que os *Cosplayers* possuem um estilo específico no modo de vestir, e que suas fantasias são elaboradas de acordo com o poder aquisitivo e dedicação de cada participante da tribo, não havendo uma liderança específica sobre os personagens escolhidos e nem uma organização que providencie os insumos necessários às confecções das mesmas.

Um trabalho futuro que pode ser desenvolvido é a pesquisa da aceitação de uma coleção elaborada especificamente para os *Cosplayers*, medindo a satisfação dos participantes diante da proposta.

## Referências

- BRAGA, João. **Reflexões sobre Moda:** volume I. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Reflexões sobre Moda:** volume IV. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda:** vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.
- FRANÇA, Welington. **O que é cosplay?**. 2008. Disponível em: <<http://www.cosplaybr.com.br/site/index.php/O-Que-e-Cosplay.html>>. Acesso em: 15 maio 2011.
- JOFFILY, Ruth. **O jornalismo e produção de moda.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- OLIVEIRA, M. C. S. L. de; CAMILO, A. A.; ASSUNÇÃO, C. V. Tribos urbanas como contexto de desenvolvimento de adolescentes: relação com pares e negociação de diferenças. **Temas em Psicologia da SBP**, Brasília, vol. 11, n. 1, p. 61-75. 2003. ISSN: 1413-389X. Disponível em: <[http://www.sbponline.org.br/revista2/vol11n1/art06\\_t.pdf](http://www.sbponline.org.br/revista2/vol11n1/art06_t.pdf)>. Acesso em: 17 maio 2011.
- PALOMINO, Erika. **A moda.** São Paulo: Publifolha, 2003.



VIEIRA, Giselle Godoi. A atuação do jornalismo frente à formação de novas tribos urbanas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.adevento.com.br/intercom/2007/resumos/R1403-2.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2011.