


Rock com sabor de Mupy: o gosto da música na cena cosplay


Rock with Mupy Flavor: the Taste of Music in the Cosplay Scene

Mônica Rebecca Ferrari Nunes

Escola Superior de Propaganda e Marketing

E-mail: monicarfnunes@espm.br


 Lattes: <https://lattes.cnpq.br/7955592804600185>

 Orcid: <http://orcid.org/0000-0002>

Vera Pasqualin

Universidade Complutense de Madrid

E-mail: vpasqualin@gmail.com

 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8715386631178044>

 Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5651-3804>

Recebido em: 02/04/2024

Aprovado em: 03/05/2024

RESUMO

Este trabalho refere-se a parte da pesquisa financiada pelo CNPq entre 2012 e 2014, *Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis*, desenvolvida pelos membros do Grupo de Pesquisa em Memória, Comunicação e Consumo, Mnemon (PPGCOM-ESPM/CNPq). O artigo foi apresentado no 9º Encontro Internacional Musimid, sob o tema *O gosto da música*, em 2013. Com base na metodologia da semiótica cultural, analisa-se a cena *cosplay* em eventos da cidade de São Paulo, nas dimensões do espaço audiotátil, proposto por McLuhan, e das paisagens sonoras, propostas por Murray Schafer. A pele convoca os sentidos a se misturarem, como avalia Michel Serres, e, na cena, sons de rádios *webs*, de bandas de animê *songs*, de espadas medievais, de vocaloides, de trilhas de animês e de HQs misturam-se à pele de jovens, por sua vez imiscuída às materialidades que reinventam narrativas midiáticas mediatizadas também pelo gosto de alimentos locais: sucos mupy, yakisobas, coca-colas e cachorros-quentes.

PALAVRAS-CHAVE:

Paisagens sonoras; Cena cosplay; Alimentos.

ABSTRACT

This work refers to part of the research funded by CNPq between 2012 and 2014, "Communication, Consumption and Memory: Cosplay and Youth Cultures", developed by members of the research group on memory, communication and consumption, Mnemon(PPGCOM-ESPM/ CNPq). The article was presented at the 9th Musimid International Meeting, under the theme The Taste of Music in 2013. Based on the methodology of cultural semiotics, the cosplay scene during the events in the city of São Paulo is analyzed in the dimensions of the proposed audio-tactile space by McLuhan and soundscapes, proposed by Murray Schafer. The skin invites the senses to mix, as Michel Serres assesses, and, in the scene, sounds from web radios, anime song bands, medieval swords, vocaloids, anime tracks and comic books mix with the skin of young people, in turn, are involved in the materialities that reinvent media narratives also influenced by the taste for glocal foods: mupy juices, yakisobas, coca-colas and hot dogs.

KEYWORDS:

Soundscapes; Cosplay scene; Foods.

A cena cosplay

Este trabalho se caracteriza como um trabalho de memória. Apresentado em 2013 no 9º Encontro Internacional do Musimid, trouxe parte da pesquisa intitulada *Comunicação, consumo e memória: cosplay e culturas juvenis*, financiada pelo CNPq. A pesquisa foi desenvolvida no PPGCOM-ESPM pelos membros do grupo de pesquisa *Mnemon* (ESPM/CNPq), sob a coordenação de uma das autoras do artigo e por pesquisadores de outras instituições. Investigamos a prática *cosplay* em eventos nas capitais da região Sudeste, e há alguns relatos de eventos do Nordeste brasileiro que são também anexados às discussões.

Originário da contração de *costume play*, o *cosplay*, roupas de brincar/fantasiar, refere-se aos sujeitos que se vestem e atuam como personagens midiáticos das mais variadas procedências. De origem estadunidense, essas manifestações iniciam-se no final dos anos 1930, com os concursos de fantasias de personagens de ficção científica. A prática chegou ao Japão por volta da década de 1980, quando se deu a expansão dos animês, animações japonesas, e dos mangás, histórias em quadrinhos, para o Ocidente. Vale dizer que, em terras orientais, os jovens se vestiam como personagens dessas produções.

No Brasil, em meados dos anos de 1990, o *cosplay* começou a atrair os fãs da cultura *pop* japonesa, que passaram a reunir-se nas convenções de animês e mangás. Nomeamos essa prática comunicativa, de significação e de sociabilidade como *cena cosplay*. O conceito de *cena* foi gestado pelo músico canadense Will Straw (2004), oportuno para esta pesquisa, pois se refere à esfera circunscrita de sociabilidade, criatividade e conexão que toma forma em torno de certos tipos de objetos culturais no transcurso da vida social desses objetos (Straw *apud* Janotti 2012). Pode-se considerar a cena dotada de sentido amplo de teatralidade pública (Blum 2003) e de trajetórias de circulação de atores sociais e de narrativas, ampliando a tessitura das culturas urbanas. A cidade se transforma em lugar de cena, mediatizada por narrativas de consumo: animês, mangás, tokusatus, filmes, séries estadunidenses, cartuns, peças publicitárias ou mesmo o próprio *cosplay*, considerado por nós como narrativas metonímicas das ficções que os geraram.

Nessas cenas urbanas, constatamos a importância do espaço sonoro para a construção das subjetividades e das memórias que nos habitam e, a partir dessas articulações, exploramos o gosto da música na cena *cosplay*, materializado nas paisagens sonoras geradas, por seu turno, convivendo com o consumo de alimentos locais.

Compreendemos o glocal na dimensão que nos traz Massimo Canevacci (1996, 24-25): “[...] a atual trama – confusa, multilinear, opaca - [que é] feita de acesas globalizações e localizações igualmente acesas”. Como as paisagens da cena *cosplay*, sonora, tátil, gustativa: narrativas e músicas japonesas, estadunidenses, coreanas, mediatizadas pelos alimentos de origem oriental, tal qual o yakisoba, mais presentes nos encontros de São Paulo, e por aqueles regionais, como o é o caso do creme de galinha nos eventos em Teresina, Piauí, os quais, por sua vez, não contam com os alimentos nipônicos.

Neste artigo, selecionamos os seguintes eventos para relembrar partes de nossa cartografia: CosRok, Zelda Day 2013 – edição São Paulo, Anime Party 2012, Anime Dreams 2013, todos na capital, e Anime Festival Winter, em Belo Horizonte – pois a pesquisa também cartografou capitais da região Sudeste do Brasil. Há aqui, igualmente, referências ao Anime Power, Teresina, Piauí, graças ao trabalho de Penélope Melo e Lira, que integrou a pesquisa.

O som e o leite

Refletir sobre o gosto da música na cena *cosplay* é atentar à construção do espaço audiotátil do qual nos fala Marshall McLuhan, retomado cinquenta anos depois por Jesús Elizondo Martinez (2012). O espaço é considerado “o mundo criado pelo som”, então temos que estar conscientes de que suas características serão totalmente diferentes daquelas do espaço visual. Esse espaço não terá limites fixos ou centro, nem um limitado sentido da orientação. Além disso, estará mais eficientemente conectado ao sistema nervoso central que qualquer outro elemento visual: a imagem nunca é tão forte como é a sensação espacial direta (Martinez 2012, 8-9; tradução nossa).

Espaço que é som e tempo, gerador de paisagens sonoras que ali se configuram. Percebemos não apenas os alimentos consumidos pelos *cosplayers*, mas, igualmente, relevamos a importância do espaço sonoro, audiotátil, e de suas relações com os sentidos, com o paladar, que podemos depreender das primeiras manifestações de oralidade do lactente, assinaladas na literatura psicanalítica e em pesquisas que envolvem música e inconsciente. Vale lembrar que o universo sonoro-musical precede o nascimento (Groddeck 1972).

O trabalho de Denis Vasse *O umbigo e a voz* (1977) demonstra a importância do grito e da primeira respiração para desamarrotar os alvéolos pulmonares, fundamentais para

acalmarem o ritmo cardíaco do lactente. O grito, que mobiliza a atividade do sopro respiratório, corresponde à rotura umbilical, à separação entre o corpo materno e o corpo do filho; por sua vez, essa rotura encontra correlato na abertura da boca. O grito, a respiração, o choro infantil marcam o corpo do recém-nascido e o introduzem em um universo de sons. Para Vasse, o espaço sonoro forma o lugar em que o *infans* irá individualizar-se, é lugar da comunicação audifônica que se estabelece entre ele e os pais, corpo a corpo, mediado pela voz.

A voz da mãe, na literatura psicanalítica, ganha especial destaque. Sabe-se que “a voz materna nina e aleita. Sua fala, atividade rítmica e melódica, soa música ao lactente, destinatário de um discurso que só compreende como som analógico, como objeto musical” (Nunes 1999, 18). O gosto da música sabe, então, à memória de cuidados maternos, aos modos ritmados da introdução dos líquidos no pequeno corpo acolhido pela mediação de vozes que o entrega ao mundo extrauterino. Das ancoragens fundadas nos ritmos e curvas melódicas da voz da mãe e no prazer de brincar com a própria voz, proporcionado desde as tímidas vocalizações, advém o interesse de todas as culturas pela música, pelo canto (Rose 2006). Lâmina sensória, “lençol musical que traz todos os sentidos, universal antes do sentido, a linguagem refinada, diferenciada, escolhe no interior desse geometral aquele ou aqueles que ela emite ou destaca” (Serres 2001, 117).

Assim se passa na cena *cosplay*. Como texto cultural, essa prática também reverbera o gosto ancestral pela voz como música e pela música como linguagem. Todo evento que foi analisado pela pesquisa apresenta em suas programações atrações como os animekês, uma sorte de karaokê, porém de trilhas sonoras de animês, tokusatus, *games* ou filmes – e também shows de bandas *covers* que cantam os *hits* dos desenhos ou exibem produção musical própria. Além do som das rádios de animês transmitidas via *web* “rolando” durante a festa.

A edição analisada do CosRock, evento independente comentado adiante, foi patrocinada pela Rádio 89 FM, conhecida como “Rádio Rock”, e o Zelda Day, totalmente articulado por fãs, é um dia para homenagear o *videogame* musical, Zelda. Nessa celebração bastante curiosa, os fãs combinam, pelas redes sociais, seus lugares de encontro. Em São Paulo, participamos do primeiro Zelda Day, no Parque do Ibirapuera, e sob o rumor das árvores, jovens tocavam violão e flauta doce enquanto outros acionavam seus Nintendos DSs, consoles de *videogames* portáteis, ou brincavam de tiro ao alvo em um cenário improvisado.

Os sons da casa materna em seus espaços iluminados ou secretos justificam, muitas vezes, os interesses dos *cosplayers* em estarem ali, na cena. Grande parte dos depoimentos coletados pelo trabalho de campo refere-se à memória da televisão, às vozes de seus heróis, às músicas-temas dos animês vistos na infância. Não à toa. A televisão remete a certos lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, como explica Martín-Barbero (2008). O autor reforça a importância da família como um espaço de leitura e de decodificação da televisão, além de destacar a inscrição das marcas familiares no próprio discurso televisivo, reforçando a simulação do contato e a retórica do direto, particularmente interessantes no que tange ao entendimento da proximidade conquistada por esses desenhos experimentados primeiramente em casa, no espaço do dentro, na presença de irmãos mais velhos, primos que, não raro, estimularam os *cosplayers* a materializarem a ficção em seus corpos.

Martín-Barbero argumenta que a simulação do contato se vale de um intermediário para facilitar o trânsito entre a realidade cotidiana e o espetáculo ficcional. Podemos nos remeter aos apresentadores de programas infantis que organizam a exibição dos desenhos ou, na ausência deles, à voz em *off*, dublada, que apresenta o título, a produção ou a “versão brasileira”; do mesmo modo, a retórica do direto passa a ser compreendida como um dispositivo que garante a proximidade do ver e do escutar, a sensação de imediatez. Por outro lado, a temporalidade social aponta a conjunção do tempo valorizado pelo capital, tempo medido da produção excessiva dos lançamentos de animês e *games*, ao tempo da cotidianidade, repetitivo que “acaba para recomeçar”, ou, como assevera o pensador espanhol, “o tempo do seriado fala a língua do sistema produtivo – da estandarização –, mas por trás dele também se podem ouvir outras linguagens: a do conto popular, a canção com refrão, a narrativa aventureira” (Martín-Barbero 2008, 298). Esses elementos condensados na estética da repetição talvez nos projetem igualmente aos contatos repetitivos e ritmados pelos jogos vocais que acompanham os cuidados alimentares na primeira infância. O tempo do ver e do escutar os animês, no espaço audiotátil da casa, faz-se na duração desse tempo musical primordial em que os sons têm gosto.

Kimi, entrevistada no Anime Party 2012, é animekeira, diz cantar por prazer, para se divertir. Ao perguntarmos por que cantava aquele tipo de música, respondeu: “Sei lá, eu comecei a ter contato com essas músicas, eu era muito pequena [...]”. Da mesma maneira, Fernando se empolga na plateia ao repetir, junto com a banda, o refrão de *Dragon Ball* e depois nos fala que “ouvir aquilo é escutar os sons da infância”. Assistir à Rede Manchete,

aos *Cavaleiros do Zodíaco* é quase sempre mencionado como o modo de iniciação desses jovens à cultura *pop* japonesa. Da paixão pelos animês e mangás à prática de fazer *cosplay* corresponde, para alguns, à passagem da infância à adolescência, conforme nos conta Camila Marotta durante o evento que ela mesmo organiza, o CosRock Fest.

Camila (à época com 27 anos) nasceu e mora em São Paulo. Formada em Comunicação Social, Rádio e TV pela Universidade São Judas (2005-2008), trabalha como operadora de telemarketing para a Vivo e organizava o CosRock Fest desde 2010 como uma ação paralela, pois não conseguia sobreviver economicamente apenas com os rendimentos dos encontros. Começou a encantar-se pela cultura japonesa quando assistia aos *Cavaleiros do Zodíaco* e outros animês pela TV Manchete. Descobriu-se *otaku*, fã da cultura japonesa, na infância. Não saía da frente da tevê, mesmo com imagens em preto e branco e com as reclamações de sua bisavó. Durante a adolescência, afastou-se desse universo, até que chegou a internet de banda larga e voltou a mergulhar naquela cultura, agora com o objetivo de divulgá-la.

Camila nos recebe em uma sala cheirando a mofo, no segundo piso de um prédio pequeno que, naquele domingo à tarde, sediava a terceira edição do CosRock. O local serve à Associação Beneficente dos Provincianos de Osaka Naniwa-kai, na Vila Mariana, região sul da cidade de São Paulo. Quadros de senhores japoneses nas paredes, uma grande mesa em torno da qual nos acomodamos, sofás repletos de coisas umas sobre as outras. Fechamos a porta para nos isolarmos do som que vinha do palco – “ter um palco é uma das condições para promover um evento, além da data não coincidir com aqueles de maior estrutura,” revela a jovem.

Ela fez *cosplay* pela primeira vez aos 21 anos, quando soube de uma convenção organizada pela Yamato por meio da rede social *Orkut*. Na ocasião, confeccionou sua roupa com ajuda de uma amiga, mas não ficou muito bem caracterizada, nos disse. Durante a realização dessa pesquisa, percebemos como é comum o fato de os organizadores dos eventos terem sido *cosplayers*, colecionadores de mangás, de fitas de animês ou algo semelhante. Não foi diferente com Camila, que de *cosplayer* passou a cobrir as festas como fotógrafa e depois se aventurou como organizadora. Para a realização do CosRock Fest, conta com a ajuda de seu próprio investimento econômico para alugar o espaço e providenciar tudo o que é necessário, mesmo para um evento de pequeno porte como aquele.

Trata-se de um encontro relacionado ao *cosplay* e marcado pela pulsação do rock. Esta junção – *cosplay* e rock – é explicada por Camila, que identifica o gosto musical do

cosplayer ao dizer que “o público *cosplay* tem muito a ver com o rock. Você não vai achar um *cosplayer* que goste de funk, sertanejo, forró, essas coisas. Os *cosplayers* geralmente são roqueiros, curtem um som mais pesado”.

As ligações entre a cena *cosplay* e o rock também podem ser percebidas nas trilhas sonoras dos animês. A partir da década de 1980, o mercado de *animê song* se expandiu e, à medida que novos títulos de animês e *games* foram surgindo, o termo se consolidou e se mesclou com o *J pop*, o *pop* japonês – e graças aos ritmos mais próximos do rock atraiu o público adolescente, e não só o infantil que originalmente consumia o gênero. “Não existe um ritmo ou batida específicos, já que *animê song* indica a finalidade da música, mas as do sub-gênero *hero song*, com músicas de ritmo vibrante, tão comuns em desenhos de ação e seriados de *tokusatsu*, são mais fáceis de serem reconhecidas”, explica Alexandre Nagado (2005, 54).

A organizadora do CosRock Fest nos contou que planejava incluir, na programação, a participação de bandas *cover* de rock, como Iron Maiden Cover, além de bandas de animê *songs*, *J-Rock*, rock japonês e *K-Rock*, rock coreano, que agradam bastante ao público *otaku*, porém, o evento viabilizou-se com o patrocínio da Rádio 89-FM, que exigiu, como contrapartida, que fossem apresentadas apenas bandas de rock parceiras da rádio, o que a obrigou a retirar da programação as bandas que tocariam as trilhas sonoras dos desenhos animados japoneses. De qualquer forma, mesmo com a alteração de repertório, o estilo musical agradou aos frequentadores, uma vez que as bandas selecionadas também demonstraram aderência ao gosto musical desse público, entretanto, bastante diferente do estereótipo normalmente atribuído aos roqueiros.

Aqui você vê um evento que é família. Vem pai, vem criança... Todo mundo está se divertindo, ninguém precisa beber, ninguém precisa usar drogas, não precisa bater em ninguém. É tranquilo. A gente não precisa nem de segurança porque o pessoal é tranquilo. [...] Se eu fizesse um show só de rock, tenho certeza que ia vir um pessoalzinho que ia querer arrumar confusão, ia querer beber cerveja e ia começar a causar. Mas em evento de animê você não vê isso. Você vê família tomando Mupy, pai com filho de *cosplay*, e isso é legal (Camila Marotta 2013).

Durante a cena *cosplay*, é comum perceber a ausência de bebida alcoólica e, em seu lugar, vemos os jovens, inclusive os maiores de idade, apreciando Mupy, suco de leite de soja ou outros sucos e refrigerantes, ao menos entre as cenas paulistas cartografadas até agora, mesmo nos lugares em que não há controle sobre a venda ou o porte de álcool, como no CosRock ou Zelda Day. Podemos nos perguntar: será apenas nesses encontros que rock tem gosto de Mupy? A cartografia com outros espaços pode nos permitir algumas respostas sobre

a construção das paisagens sonoras mediadas pelos sabores de bebidas e alimentos locais. Afinal, como afirma Michel Serres (2001, 108), “todo audível possível encontra locais de escuta e de regulação”. Pensamos sobre os espaços audiotáteis controlados em que o gozo da voz pode ser amalgamado à vigilância do gosto.

Paisagens sonoras

O gosto dura acionado pela memória que, por sua vez, seleciona, da extensa rede midiática, uma personagem e promove um tipo de uso para a narrativa: o *cosplay* – que segue assim como uso de um gênero, do animê, mangá, *game* ou outra ficção. Se é possível dizer que o *cosplay* é um texto-memória porque, comportando-se como um modo de usar o conteúdo midiático, refaz seu personagem de *pixels* em EVAs, tecidos suaves, drapeados, isopor, madeira, pelúcia *etc.*, gerando novas significações para a antiga narrativa, é também texto-memória porque se faz sobre a pele – que convoca todos os sentidos a misturarem-se, conforme sugere Serres (2001, 77) ao apostar na mistura, e não mais no meio:

A pele é uma variedade de contingência: nela, por ela, com ela tocam-se o mundo e o meu corpo, o que sente e o que é sentido, ela define sua borda comum. Contingência quer dizer tangência comum: mundo e corpo cortam-se nela, acariciam-se nela. Não gosto de dizer meio como o lugar em que meu corpo habita, prefiro dizer que as coisas se misturam ao mundo que se mistura a mim. A pele intervém em várias coisas do mundo e faz que se misturem.

Vale lembrar que ouvimos com a pele, testemunham os pesquisadores que trabalham com portadores de surdez. A música é percebida como sequência vibratória que chega ao cérebro por outras vias que não são os órgãos auditivos. O nosso corpo funciona como uma caixa de ressonância: tais vibrações podem ser sentidas pela pele, pelos ossos de partes do corpo (Bang 1991). Dessa pele-mistura, pele-mundo, pele-memória, talvez seja possível supor, na cena *cosplay*, a emergência de um formato contraditório de gozo e interdito que vincula música e paladar associados ao espaço audiotátil do qual nos fala McLuhan (1964) e às paisagens sonoras.

Murray Schafer (2001) considera que qualquer campo acústico pode ser tomado como paisagem sonora: sons de base, sons de fundo, sons arquetípicos – e todo analista desse ambiente deve analisar as marcas sonoras mais significativas. Na cena *cosplay*, vozes vivas, sintetizadas – como as das vocaloides, personagens holográficas-cantoras, baseadas em um banco de vozes; os sons de espadas de plástico, imitando espadas medievais, de *cards*, sons repetitivos e metálicos de videogames, de latas de refrigerante, pacotes de

Doritos e sacos de Mupys, yakisobas espargidos em *hashis*, de pés e corpos esbarrando uns nos outros, violão e flauta, e os sons da infância midiaticizada, a exemplo dos animê *songs* e sua hibridação com o rock, inevitavelmente apresentados durante as convenções por meio das bandas que se inscrevem nesses encontros, compõem a paisagem sonora dessa cena.

Algumas bandas têm longas trajetórias e passaram de bandas *covers* para produtoras de suas próprias músicas, como a Animadness, que criou seu primeiro *single* em 2005, com Labyrinth (Barros 2011). Outras são grupos mais jovens, como a banda Ikage, formada em 2008. Camila, 20 anos, vocalista da banda, atesta os motivos pelos quais foram levados a tocar apenas animê *songs*: “Tem a ver com a infância, com a nostalgia, porque a gente toca as músicas que passaram na tevê há dez anos. É um gosto que a gente tem.”

A presença da infância na cena *cosplay* é referida por muitos jovens para situar a iniciação à cultura *pop*, para autorizar a lembrança musical, e, em alguns depoimentos, aparece como modo de escolher os *cosplays*, como narrou Paulo, no Anime Friends 2013. Sob a máscara de um super-pato, diz procurar por personagens que marcaram sua infância, mesmo os mais antigos. Em tantos outros relatos, a infância serve para explicar o preconceito sofrido por muitos jovens ao reclamarem que diversas pessoas entendem a prática *cosplay* como algo infantil, coisa de criança, e, portanto, sem importância ou boba para algum adulto gastar tempo e dinheiro com isso.

Ao longo da pesquisa, não foi possível responder se é graças a essa permanência da infância e do caráter lúdico desses encontros que cena *cosplay* ressoa a um ambiente familiar, no sentido mais tradicional do termo. Os *cosplayers* apropriam-se de personagens e narrativas, vivem suas fantasias, porém de modo protegido. Os encontros organizados por empresas de eventos cuidam de alimentar a utopia desses espaços: revista à porta, impedindo o porte de bebidas alcólicas, de objetos cortantes, pontiagudos – o que significa que os *cosplayers* devem construir as armas, que muitas vezes integram o indumento das personagens, com materiais menos agressivos. No interior dos eventos, o mesmo controle do gosto. Por mais que o espírito lúdico esteja presente, não estamos em meio aos excessos da festa, da qual os efeitos do álcool poderiam fazer parte, mas sim em um evento controlado, em um espaço sonoro, audiotátil, regulado.

É interessante observar que os discursos dos *cosplayers* reforçam esse ideário: o “evento bom, é evento sem bagunça”, afirma Ana Regina. Do mesmo modo, os encontros organizados por fãs, como o Zelda Day e o próprio Cosrock, embora não tenham nenhum

elemento coercitivo, mantêm a mesma dinâmica e, nas palavras de Camila, “é um evento família, não é preciso beber ou usar droga pra se divertir”.

Entretanto, a cartografia em Belo Horizonte ofereceu-nos outras pistas. Ainda que exista o “clima familiar”, com muitos pais vestidos como seus filhos ou apenas acompanhando os jovens, o próprio sócio-diretor da empresa responsável pelo Anime Fest Winter, que ocorreu na Unibh, mencionou, em entrevista, que iria instalar um bafômetro na próxima edição do evento e afirmou que havia retirado do ginásio dois rapazes passando mal em função da ingestão de bebida alcoólica. A pesquisadora Mônica Nunes, que realizou a pesquisa de campo em Belo Horizonte, portava uma garrafa de água ao entrar no evento e foi barrada pela segurança para averiguar o conteúdo do líquido. Esse episódio denota que os participantes do encontro devem tentar burlar as leis de proibição de bebidas alcoólicas com certa frequência. Foi comum assistir aos jovens, em grupos, trajando camisetas pretas adornadas por muitos cordões, nos arredores da Universidade, bebendo consideravelmente. Em Beagá, são poucas as barracas de *cup noodles* ou *yakisoba*. Sobressai a cantina da instituição, o cachorro-quente, a coca-cola, a barraca de pastel, e a bebida alcoólica circula nas imediações de modo mais visível do que nos eventos pesquisados na capital paulista, demonstrando que fatores locais modificam a construção da cena.

Considerações finais

Com base nos encontros e depoimentos coletados nos eventos narrados neste artigo, a cena *cosplay* revela, em muitos momentos, conexões entre o espaço audiotátil da casa da infância – tempo-espço das vozes de personagens e músicas-temas de animês – e a iniciação à prática *cosplay*. Sabemos que o desejo da escuta, pulsão invocante em Jacques Lacan (1985), associa-se ao prazer gerado pela voz materna, que, por seu turno, compõe a tessitura em que se dá a partilha do alimento primordial.

Boris Cyrulnik, em *Do sexto sentido* (1997), apresenta pesquisas que demonstram que, durante a amamentação, quando a mãe fala em baixas frequências, as sucções do bebê aceleram. Acreditamos que o conjunto funcional palavras maternas e boca do bebê, tão ancestral e fundamental à sobrevivência da espécie, responde pelo gosto dos sons, que permanece no prazer de cantar canções da infância, em forma de animekês ou dos *hits* dos *animes songs* –, por sua vez compostos com batidas do rock.

A cena *cosplay* constitui-se, então, como paisagem sonora-tátil-gustativa graças também à orquestração dos sentidos, à presença de alimentos, sólidos e líquidos, regulados ou permitidos, globais e locais. Na mescla do global com o local, também surge um novo território sensorial: o rock tem gosto de Mupy, o *J pop*, de creme de galinha, a água pode ser destilada e o leite pode continuar sendo som.

Referências

- Bang, Claus. 1991. "Um mundo de som e música." In *Música e Saúde*, organizado por Even Ruud, 19-34. São Paulo: Summus.
- Barros, Akira. 2011. "Yume no Tamashi – o espírito do sonho." Conclusão de Curso de Graduação, Instituto de Ciências Sociais e Comunicação da Universidade Paulista.
- Blum, Alan. 2003. *The Imaginative Structure of the City*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Canevacci, Massimo. 1996. *Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais*. São Paulo: Studio Nobel.
- Cyrułnik, Boris. 1997. *Do sexto sentido: o homem e o encantamento do mundo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Deleuze, Gilles. 1988. *Lógica do Sentido*. São Paulo: Perspectiva.
- Groddeck, Georg. 1972. "Musique et Inconscient." In *Musique en Jeu*, no. 9, *Psychanalyse*, org. Michel Schneider, 3-6.
- Janotti, Jader. 2012. "Entrevista – Will Straw e a importância da ideia de cenas musicais nos estudos." *Revista ECompós*. Focando na escuta: som, música e comunicação 15, no. 2: 1-10 <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/current>.
- Lacan, Jacques. 1985. *O Seminário, livro 11: Os Quatro Conceitos Fundamentais da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Marotta, Camila. Depoimento a Mônica Nunes. Associação Beneficente Provincianos Osaka Naniwa Kai. Vila Mariana, 2013.
- Martín-Barbero, Jesus. 2008. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martínez, Jesus O. Elizondo. 2012. "McLuhan en el espacio acústico." In *100 anos de McLuhan*, organizado por Janara Sousa, João Curvello e Pedro Russi, 7-24. Brasília: Casa das Musas.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Os Meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Nagado, Alexandre. 2005. "O Mangá no Contexto da Cultura Pop Japonesa e Universal." In *Cultura Pop Japonesa*, organizado por S. Luyten, 49-57. São Paulo: Hedra.

Nunes, Mônica. 1999. *O Mito no Rádio: A Voz e os Signos de Renovação Periódica*. São Paulo: Annablume.

Rose, Steven. 2006. *O Cérebro no século XXI*. Traduzido por Helena Londres. São Paulo: Globo.

Serres, Michel. 2001. *Os cinco sentidos misturados*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Schafer, Murray. 2001. *A afinação do mundo*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.

Straw, Will. 2004. "Cultural Scenes". *Loisir et société/society and leisure* 27, n. 2., 2004. <http://strawresearch.mcgill.ca/straw/loisirarticle.pdf>.

Vasse, Denis. 1977. *O Umbigo e a Voz*. São Paulo: Loyola.

DADOS DO AUTOR

Mônica Rebecca Ferrari Nunes é professora e pesquisadora do PPGCOM-ESPM; Líder do Grupo de Pesquisa MNEMON - memória, comunicação e consumo (ESPM/CNPq) e Pesquisadora do CNPq.

Vera Pasqualin é Doutora em Comunicação Audiovisual, Publicidade e Relações Públicas com menção internacional pela Universidade Complutense de Madri (2022), mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM/SP (2015) e graduada em Comunicação Social pela mesma instituição (1996). Com mais de 20 anos de experiência, atuou no Brasil, Espanha, Catar e Estados Unidos com marketing, desenvolvimento de negócios e planejamento e gestão de projetos. Fundou em 2003 a Socioetal Cultura Sociedade, empresa especializada em planejamento e gestão de projetos culturais e sociais. Atua em projetos relacionadas a memória e patrimônio cultural, especialmente na gestão e produção de conteúdos para museus no Brasil, Europa e Oriente Médio. Integrante do Grupo de Pesquisa "Comunicação, Consumo e Arte", da ESPM. Membro do ICOM-CAMOC - International Committee for the Collections and Activities of Museums of Cities.

LICENÇA DE USO

Este artigo está licenciado sob a Licença Creative Commons CC-BY. Com essa licença você pode compartilhar, adaptar e criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.