

COSPLAY: ORIGEN Y COMUNIDADES VIRTUALES

Yanina de los Milagros Torti Frugone*

DOI: 10.33571/revistaluciernaga

Resumen

En la Editorial de la Revista Luciérnaga- Comunicación N20, se coloca en agenda el *Cosplay*. Se explora sus inicios y comunidades virtuales. Las preguntas guías son: ¿el *Cosplay* es una actividad que ha hallado su centro en lo virtual? ¿el *cosplayer* solamente es a través de sus comunidades? Este fenómeno sociocultural, en 30 años, ha pasado de ser una pequeña subcultura a un conglomerado artístico que, para muchos, es más que un hobby.

Palabras clave: *cosplay*, virtualidad, *cosplayer*, comunidades virtuales.

Recibido. Noviembre 14, 2017

Aceptado. Julio 24, 2018

*Magister en Industrias Culturales. Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.
Email: galatea.dnegro@gmail.com

COSPLAY: BEGINNING AND VIRTUAL COMMUNITES

Yanina de los Milagros Torti Frugone*
DOI: 10.33571/revistaluciernaga

Summary

The Editorial of the Magazine Luciérnaga- Comunicación N20, puts in the agenda the Cosplay, in this text it explores this activity, beginnings, areas that it travels and its virtual communities. The question that guides this writing is: the Cosplay is an activity that has found its center in the virtual, where the subject-cosplayer is only through their communities? This sociocultural phenomenon, in 30 years, has gone from being a small subculture to an artistic conglomerate that, for many, is more than a hobby.

Keywords: cosplay, virtuality, cosplayer, virtual communities.

Received. November 14, 2017

Accepted. July 24, 2018

COSPLAY: ORIGEM E COMUNIDADES VIRTUAIS

Yanina de los Milagros Torti Frugone*
DOI: 10.33571/revistaluciernaga

Resumen

O Editorial da Revista Luciérnaga - Comunicación N20, coloca na agenda o Cosplay, neste texto explora esta atividade, começos, áreas e suas comunidades virtuais. A questão que norteia essa redação é: o Cosplay é uma atividade que encontrou seu centro no virtual, onde o sujeito-cosplayer é apenas através de suas comunidades? Esse fenômeno sociocultural, em 30 anos, deixou de ser uma pequena subcultura para um conglomerado artístico que, para muitos, é mais que um hobby.

Palavras chave: cosplay, virtualidade, cosplayer, comunidades virtuais.

Recebido. Novembro 14, 2017

Aceitado: Julho 24, 2018

Introducción

El término “cosplay” en Google registra 451 millones de sitios como resultados. Si se busca el concepto por quienes realizan la actividad, 27 millones son los sitios en todo el mundo en los que aparece la palabra. Si bien esto es resultado de menciones sin análisis, el dato relevante surge cuando se efectúa la búsqueda indagando por las producciones de los propios *cosplayers*. Los más populares son los tutoriales para aprender diferentes habilidades requeridas; tales como manejar materiales, coser, maquillaje, pelucas, etc. De este modo, 3 millones de producciones están disponibles en toda la Red para enseñar y aprender. Y de este género, 422 mil hablan de cómo manejarse en los medios sociales virtuales para tener mayor éxito, visibilidad y relevancia. Videos que traspasan países y lenguajes, como un genuino fenómeno mundial.

1. Origen

Cosplay es la contracción del inglés *costume play*, que quiere decir “interpretación con disfraces”. La invención de la palabra es discutida entre dos corrientes: por un lado, hay quienes le atribuyen el término a Nobuyuki Takahashi del estudio japonés *Studio Hard* en el año de 1984, inspirado en la actividad de fanáticos de Estados Unidos que desde 1939 comenzaron a vestirse como personajes en convenciones de ciencia ficción. Por otro lado, se menciona la primera aparición de la palabra en un número de la revista *My Anime* de 1983, basándose en la actividad local con el mismo criterio, el disfraz e interpretación de fanáticos.

Desde la perspectiva etimológica, el término proviene de la utilización de las moras iniciales japonesas que son dos términos independientes: *costume* deriva en *kosu* (コス) y *play* en *pure* (プレ). Por eso, cualesquiera que haya iniciado la palabra lo hizo utilizando palabras anglosajonas (Torti Frugone y Schandor, 2013), transliterado en el silabario katakana -costumbre lingüística nipona cuando se expresa terminología extranjera.

En su definición general, indica una actividad que recrea la apariencia

integral de un personaje – color de ojos, cabello, vestimenta, etc.-, junto con una interpretación teatral denominada *performance* (aunque en esto último no es una condición *sine qua non*). Es decir, la persona elige un personaje por gusto, empatía o moda y lo adopta a sí mismo, identificándose y tomando el rol por un período breve de tiempo.



Tomado de: <https://bit.ly/2Cfkgay>

Finalmente, los practicantes del cosplay son denominados *cosplayers*; y en su conjunto más numérico, *fandom*:

Fandom es otra contracción anglosajona derivada de **fan kingdom**, o reino del fan. La denominación es utilizada para aglomerar grupos de fanáticos con las mismas prácticas y gustos -

cuando se trata de un post-consumo. En este caso, los *cosplayers* se agrupan por poseer intereses, lugares de encuentro, figuras de referencia y habilidades en común; si bien los orígenes de cada integrante pueden ser altamente variables, el fin es el mismo: vestir y actuar personajes.

Como se ha señalado en trabajos anteriores (Torti Frugone, 2016; 2017), el *cosplay* no es un fenómeno exclusivo de fines del S XXI. Sus antecedentes se remontan al S XIX con los seguidores de Goethe y la Sociedad Holmesiana, fanáticos de Sherlock Holmes. Posteriormente, a principios del S XX y como se mencionó en el apartado anterior, se realizaron convenciones sobre Ciencia Ficción en Europa y Estados Unidos, continuando de cierto modo la “tradición” de representar aquello que admiraban en un nuevo grado artístico: con la piel en el personaje.

Como puede apreciarse, entonces, el *cosplay* fue previo a la Red. Sin embargo, quedarse solamente con la respuesta en el origen no respetaría el valor de la complejidad del fenómeno. A partir de la existencia de la figura del *cosplayer* en los '80s -como se lo interpretó desde y en Japón-, la visión del *hobby* comenzó a tomar forma y relevancia por sí mismo, al punto de transformarse en un fenómeno sin barreras, coronado como parte de la realeza del post-consumo digital.

2. Las tres decodificaciones *cosplayer*

Si bien el origen del *cosplay* puede ser considerado “analógico”, su reproducción se amplió exponencialmente desde la existencia de las sociedades virtuales.

Los *cosplayers* conviven en comunidad. Una comunidad cosmopolita, heterogénea en idiomas y lugares y, sobre todo, digital. Las primeras referencias de la actividad vienen por o a través de Internet, focalizándose principalmente en las redes sociales tales como Facebook, donde hay un contacto instantáneo y un seguimiento de la temática. Ocurre entonces **un primer momento de decodificación** en el que se aprenden las jergas, los chistes internos, los lugares de referencia que “todos conocen” y la

“farándula” más reconocida tanto a nivel global como local. En este proceso, el neófito se adapta apropiándose estos nuevos códigos a su vida cotidiana.

En las **interacciones** comparten sus inquietudes en el proceso de aprendizaje y armado de sus trajes; en la compra de materiales, productos y todo lo que necesitan para alcanzar el éxito de su proyecto artístico. Estas intervenciones pueden poseer previo conocimiento sobre alguna habilidad, o no; para lo último, la comunidad empieza a girar sus engranajes y a funcionar en todas las direcciones, como las raíces de un árbol infinito que se hereda y reproduce generacionalmente. Los resultados son tan variados como *cosplayers*. Y, más allá de instruirse sobre habilidades o materiales, se establecen lazos, contactos, lugares o “tendencias” que introducen más en la emblemática red del Mundo *Cosplay*.

En entrevista realizada por el sitio *GlobalVoices* (2015) al sitio japonés de noticias <https://www.nippon.com/es/>, el *cosplayer* y administrador de una de las páginas más importantes de Japón en el rubro, Inui Tatsumi, describió la dinámica de este movimiento en colaboración:



Tomado de: <https://bit.ly/2F6VgEt>

Uno de los atractivos del **cosplay** es **que es algo para ser compartido entre amigos o miembros de un grupo en particular. Sería inútil que una persona haga cosplay por sí solo. El aspecto colaborativo del cosplay ha creado una relación recíproca en donde todos los incluidos toman fotos o vídeos entre ellos. Y ahora a través de los SRS (servicios de redes sociales) es posible esta interacción en todo Japón, no solo en las grandes ciudades.**

Más allá de su país de origen el *cosplay* se practica en casi todo el mundo, y posee un implícito universal: no es una actividad solitaria. Por antonomasia, es una entidad social que lleva a la formación de identidades grupales e individuales. En este caso, la construcción de la identidad virtual del *cosplayer* como artista visible en la Red, puede leerse a través de la concepción de Charles Taylor (2006):

“Por lo tanto, la identidad y la autorrealización son posibles solo dentro de un marco cultural de significado o de sentido que corresponda a un contexto social dado. Es decir, que el contexto social da significado a lo que es o implica la identidad personal y la autorrealización.”

Esta característica se incrementó y (creemos, firmemente) se formó a través de la difusión de los medios de comunicación; desde reportajes y noticias en la televisión o revistas, hasta páginas web y redes sociales.

En la medida en que el trabajo del *cosplayer* comienza a visibilizarse ya sea por su frecuencia digital o por la difusión de la presencia en eventos sobre ficción, los más talentosos suelen ganar fans. Comienza aquí la siguiente decodificación, y **el iniciado ingresa a un sistema de prestigio simbólico**: los *Idols*. Es en Internet donde los *idols* construyen, a su vez, una nueva *identidad virtual* (Anjhara Gómez Aragón; 2012); y es sólo el principio del efecto “bola de nieve”.

En simultáneo, el mundo *cosplay* es observado por las propias compañías creadoras y dueñas de los derechos de los personajes representados están a la cacería de nuevos talentos, y justamente son estos *Idols* su objetivo. Como “padrinos *cosplay*”, sustentan con dinero o materiales al artista. Esta mejora tiene netamente un objetivo comercial: presentar al *cosplayer* los lanzamientos oficiales de productos relacionados y obtener su exclusividad de nuevas creaciones. Si bien estos casos ocurren casi solamente en Japón y Estados Unidos, donde el *cosplay* es una Industria Cultural por sí misma, puede verse en casos como el italiano Leon Chiro o el alemán Maul Cosplay.

La tercera y última decodificación aparece, y es hasta el presente un motivo de debate muy fuerte entre sus miembros, **¿Es el *cosplay* una serie de talentos o artes que deberían someterse a lo comercial, o mantenerse como una actividad sin fines de lucro, enfocada al enriquecimiento de la cultural global digitalizada?** Ambas partes tienen sus argumentos, pero lo cierto es que algunos *cosplayers* abandonan la veta *amateur* y se “profesionalizan” con *sponsors* que les facilitan todo lo necesario para lucirse frente a las cámaras internacionales. Otra manera de comenzar a ver la actividad como una profesión es la demostración de talentos y habilidades frente a un público; es decir, en los concursos.



Tomado de: <https://bit.ly/2TOUMva>



Tomado de: <https://worldcosplay.net/es/photo/6684508>

3. Más que una cara bonita

El concurso es la herramienta más socializante y normativa para los *cosplayers*. Usualmente, cada evento o convención suele organizar un concurso de *cosplay* que está dividido en diferentes categorías que van desde la cantidad de participantes hasta la edad o temática. Estos concursos suelen tener premios financiados por los organizadores: cheques de dinero, material vario, etc. Si bien las recompensas no son muy onerosas, el ser distinguido refuerza la identificación entre pares, lo que lleva al ciclo de difusión y visibilización una vez más.



Tomado de: <https://issuu.com/cosplaygen/docs/csplygen05>

Sin embargo, a la hora de hablar de los grandes conglomerados de las IICC que organizan eventos para esta clase de consumos, los concursos a su vez toman una relevancia nacional, regional y mundial. El más destacado es el **World Cosplay Summit** (世界コスプレサミット), celebrado en Japón por la **Aichi TV**.

TV Aichi > Programas de TV

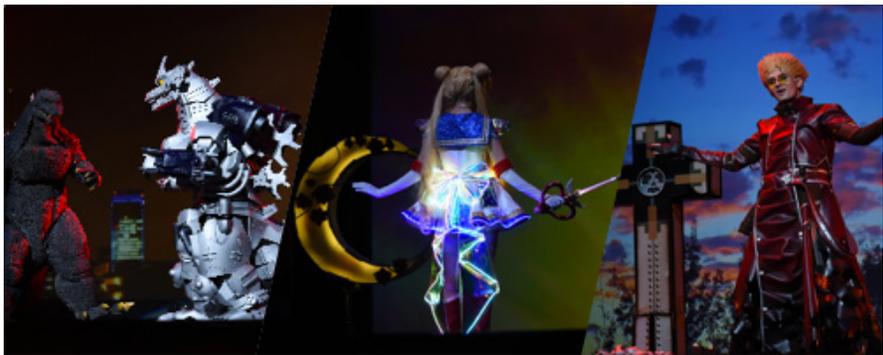
						
Tomica Hero: Rescue Force 2008 – 2009	Tomica Hero: Rescue Fire 2009 – 2010	Ryukendo 2006	Shirobako 2014 – 2015	Nagi no Asukara 2013 – 2014	Hand Shakers Desde 2017	Stella no Mahō Desde 2016



Event is FINISHED

WCS presents WORLD COSPLAY CHAMPIONSHIP 2018

Tomado de: <https://bit.ly/2TK5Uf0>



Tomado de: <https://bit.ly/2TK5Uf0>

Este nos muestra cómo el *cosplay* puede llegar a unir concursantes de diferentes países del mundo (un total de 25). Los concursantes deben ser elegidos previamente en una fase preliminar en su país de origen, siguiendo con las diferentes normas impuestas por la organización del WCS. Este concurso está apoyado por el Ministerio de Asuntos Exteriores, el Ministerio de la Tierra, Infraestructura y Transporte y el Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón. Tiene este aval del Estado ya que el *cosplay* es, efectivamente, una industria en sí misma. Cabe destacar que, para un *cosplayer*, llegar a esta instancia (y viajar a Japón a través de la empresa que lo auspicia) es un honor incommensurable y un sueño cumplido.



Tomado de: <https://bit.ly/2THpHJK>

Fuera de Japón, otros emprendimientos profesionales se han dedicado al mundo *cosplay* tales como *Eurocosplay* en Inglaterra, *Yamato Cosplay Cup* en Brasil,

que tienen su terna en Argentina desde hace 6 años; y *Royal Cosplay*, suspendida hace dos años por un gran caso de estafa (Torti Frugone, 2017). Cabe destacar que, por supuesto, toda la convocatoria, difusión y llamados a estas ternas son pura y exclusivamente realizadas en las redes sociales y en páginas web, ya que se conoce que el público objetivo se (in)forma solamente en ámbitos virtuales; y es desde allí donde crecen, son alentados o anuncian sus preparaciones en rumbo a la competencia.



Tomado de: <https://bit.ly/2TGaAJM>



Tomado de: <https://bit.ly/2VSS2KI>

4. La(s) Red(es) Cosplay

Con lo visto anteriormente, podemos apreciar que la actividad y sus practicantes han formado a sus colegas a través y por capacitación implícita de las comunidades virtuales; no sólo por la visualización globalizada, sino porque el concepto identitario del *cosplayer* depende pura y exclusivamente de su carácter virtual.

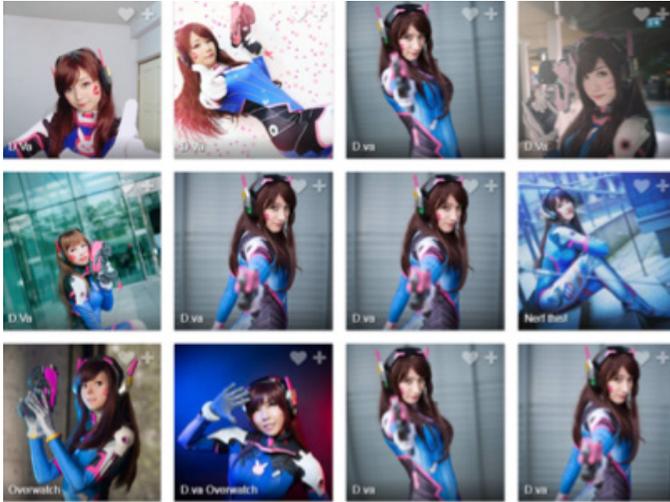


Tomado de: <https://bit.ly/2XRUaNA>



Tomado de: <https://bit.ly/2F6Yqbl>

Se han llegado a crear incluso páginas como: *Cure o World Cosplay*, *Magazine: Cosplay Gen*, apps (*Cosplanner*) y redes sociales, *Cosplyr*, exclusivamente para este mundo, ya que permiten que muchas personas puedan conocerse y compartir sus trabajos de manera más especializada y específica.



Tomado de: <https://bit.ly/2UBX65S>



Tomado de: <https://bit.ly/2TzKjEe>

Esta oferta existe bajo una demanda muy clara: la comunidad *cosplayer* es consciente de sus dinámicas; y, para expandirse, usan todas las redes sociales existentes y sitios artísticos para compartir su labor, contactarse con otros y generar pequeños mercados de intercambio. En el camino, algunos trascienden y llegan a la fama que ofrecen las Industrias Culturales.



Tomado de: <https://www.facebook.com/VogueRoyalCosplay>

Conclusión

¿Es entonces el cosplay una actividad artística que debe su carácter a lo digital? Podría decirse que hay dos etapas claras, divididas por la existencia de las nuevas tecnologías. El pasar a representar un personaje es quizás antiguo como la civilización misma; pero el que esa representación tenga sus propios espacios de exposición, distribución y reproducción propios desde el S XX es una propiedad única de las sociedades digitales. El cosplay como tal existía sin Internet, es verdad; pero su aspecto, conocimiento e implicancia cultural no sería visible ni posible de entender, si no hubiera sido efectivamente difundida en toda su compleja virtualidad.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (1987) Cosas dichas. Buenos Aires: Gedisa.
- Cocoro Books, DH Publishing (2003) Cosplay Girls: Japan's Live Animation Heroines.
- Del vigo, Gerardo Ariel y CARPENZANO, Noelia Analía, Más allá del mundo feliz del fin de semana: cosplay en la Argentina, Universidad Nacional de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Disponible en https://www.academia.edu/28890880/M%C3%A1s_a_l%C3%A1_del_mundo_feliz_del_fin_de_semana_Cosplay_en_Argentina
- Dorfman, Elena, Carlo McCormick, Aperture (2007) Fandomania: Characters and Cosplay
- Fiske, John (1992) "The cultural economy of fandom", en Lewis, Lisa comp., The adoring audience, London & New York.
- Galant, Schandor y Torti Frugone, Y. (2009) "Tribus Urbanas Vs Grupos de Culto o Modas Vs Estilos de Vida", en XI Congreso RedCom "Cultura de Masas y Nuevos Procesos de Comunicación", Tucumán. Disponible en <http://gruposdeculto.blogspot.com.ar/2009/10/tribus-urbanas-vs-grupos-de-culto-o.html>
- Gómez- Aragón, Anjhara (2012) Otakus and cosplayers. The social recognition of the universe sleeve in Spain, Grupo de investigación GEISA - Universidad de Sevilla, 2012. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4026648.pdf>
- Maffesoli, Michele (2000) El Tiempo de Tribus, el ocaso del individualismo en las sociedades modernas. Editorial Siglo XXI.
- Rodríguez Ferrandiz, Raúl (2011) "De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del campo cultural", en Comunicar N°36, XVIII, 2011, Revista Científica de Educomunicación, ISSN 11343478, págs. 149-156.
- Romero Varela, Victoria (2016) El cosplay en Argentina. La construcción local de un fenómeno mundial, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Disponible en <https://redanimeymanga.wordpress.com/2016/10/24/el-cosplay-en-argentina-la-construccion-local-de-un-phenomeno-mundial/>
- Santamaría Gutiérrez, Francisco (2014) Las Nuevas Tribus Urbanas: más de 25 tribus urbanas revolucionando la ciudad. México: Ediciones Felou.
- Quílez, Raquel, Hernández, Virginia y Olalla Novoa (2014) para el Mundo Cosplay, "Entrar" en el Juego: <http://www.elmundo.es/especiales/videojuegos/de-carne-y-hueso.html>
- Torti Frugone, Y. y Schandor, Ana (2013) "El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural". En VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en <https://www.aacademica.org/000-076/98.pdf>
- Taylor, Charles. (2006). Las fuentes del yo. Barcelona: Paidós.
- Torti Frugone, Yanina, (2017). Espejos y reflejos. La mediatización del cosplay en Argentina, Frikiloquio 2017: III Coloquio de Humanidades y Ciencias Sociales sobre Culturas y Consumos Freaks, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Buenos Aires

Cibergrafía

- El fenómeno cosplay: de Japón al mundo, de Introducción a l'Antropología Social i Cultural (2015), disponible en: <https://gaoantropologia.wordpress.com/2015/05/25/grupo-4-el-phenomeno-cosplay-de-japon-al-mundo/>
- La cultura japonesa del Cosplay ayuda a una comunidad global a experimentar con sus identidades de GlobalVoices (2015), disponible en <https://es.globalvoices.org/2015/08/02/la-cultura-japonesa-del-cosplay-ayuda-a-una-comunidad-global-a-experimentar-con-sus-identidades/>
- Anime Los Ángeles <http://www.animelosalangeles.org/ala/>
- Cosplay House (2009-2015) What is Cosplay: <http://www.cosplayhouse.com/what-is-cosplay.html>
- ComiCon San Diego. <https://www.complex.com/pop-culture/2012/07/100-cosplayers-from-san-diego-comic-con-2012-part-1/>
- World Cosplay Summit Executive Committee (2015). <http://www.worldcosplaysummit.jp/en/about/>
- Yamato World Cup <http://www.yamato.com.ar/>

Para citar este artículo:

Torti - Frugone, Y. (2018). **COSPLAY: ORIGEN Y COMUNIDADES VIRTUALES**. Revista Luciérnaga / Comunicación. Año 10, N° 20. Págs. 4 - 13.
DOI: 10.33571/revistaluciernaga

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>