

# Mônica Rebecca Ferrari Nunes<sup>1</sup>

Performances, fabricos e artesanias nas cenas  
*cosplay* e *steampunk*

*Performances, manufacturing and crafts of  
cosplay and steampunk scenes*

## Resumo

Este artigo é resultado parcial da pesquisa Comunicação, consumo e memória: da cena *cosplay* a outras teatralidades juvenis. (Chamada Ciências Humanas, Sociais, Sociais Aplicadas MCTI/CNPq/MEC/CAPES n.22/2014). Aqui objetiva-se apresentar as cenas *cosplay* e *steampunk* e problematizar o fabrico de suas materialidades voltado a formas mais criativas de produção, circulação e consumo. Com base em etnografias em eventos de animes e encontros de *steamers* e em estudos sobre cultura, comunicação e consumo, espera-se demonstrar que o lúdico vivido nestas cenas funciona como tática para enfrentamento do cotidiano.

**Palavras-chave:** Cena *cosplay*. Cena *steampunk*. Criatividade.

## Abstract

*This paper presents partial results obtained by the research 'Communication, consumption and memory: from the cosplay scene to other juvenile theatricalities', (Call MCTI/CNPq/MEC/CAPES N. 22/2014 – Social, Human and Applied Social Sciences). The objective is to present the cosplay and steampunk scenes and discuss the manufacturing of its materiality aiming at most creative forms of production, circulation and consumption. Based on ethnographies of animes events, steamers meetings and studies about culture, communication and consumption, it aims to demonstrate that the playful experienced in these scenes works as tactics for facing the daily routine.*

**Keywords:** *Cosplay scene. Steampunk scene. Creativity.*

---

<sup>1</sup> Pesquisadora do CNPq. Docente e pesquisadora do PPGCOM-ESPM. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP). Líder do MNEMON – Grupo de Pesquisa em Memória, comunicação e consumo (CNPq/PPGCOM-ESPM).

## 1 Introdução

**S**e o conceito de criatividade é complexo e multifacetado, atravessando eras e diversas áreas do saber, das teorias da arte à neurociência, a discussão que encerra os marcos teóricos e analíticos de uma economia criativa também não parece ser simples. Por isso, logo de saída, assumo o lugar de fala de pesquisadora em comunicação e práticas de consumo que tem nos textos da cultura, no sentido dos semioticistas de Tártu-Moscou, como Iuri Lótman e Bóris Uspenski (1996; 1981), isto é, texto não apenas linguístico, mas como tessitura de muitos textos que detêm função de memória e também gerador de novos textos e de nova produção de sentido, seus objetos teóricos e empíricos.

Pensar a comunicação a partir da cultura é então afirmar a importância dos textos imaginativos e criativos que a compõem. Para isso, autores que trazem em suas postulações a presença de raízes profundas para o entendimento da cultura, como Ivan Bystrina (apud BAITELLO, 2012, p.17), são essenciais a esta discussão. Em Bystrina, a cultura é uma segunda realidade, simbólica, cujas raízes são inspiradas “pelo sonho, pela atividade lúdica, pelos estados alterados de consciência e pelas variantes psicopatológicas”. Aqui, interessa-nos destacar a presença da atividade lúdica como fundamento para as cenas jovens que trazem as artes da performance aos espaços urbanos, às praças e parques.

Neste artigo<sup>2</sup> propomos discutir cenas culturais que tomam hoje as cidades de modo inventivo vividas com as práticas do *cosplay*, quando sujeitos se vestem como personagens de determinadas narrativas midiáticas, e do *steampunk*, por sua vez, gênero de ficção científica que se tornou também um “visual”, como dizem os *steamers* ao criarem roupas e objetos, narrativas orais e acessórios seguindo a estética retrofuturista, especialmente observados no eixo São Paulo-Rio-Belo Horizonte.

Em todas as cenas há algo que diz respeito a maneiras de estar junto, a modos de sociabilidade gerados em torno de roupas e artefatos feitos pelos próprios jovens, por pequenas empresas e artesãos. Claro que há também indústrias de grande porte destinadas à produção de roupas e objetos que servem, especialmente, à cena *cosplay*. Porém, em pesquisa concluída recentemente (NUNES, 2015), comprovou-se, por meio de trabalho etnográfico realizado em quinze eventos de animes nas capitais da região Sudeste do Brasil, que a confecção do *cosplay* se vale tanto de suportes artesanais ou familiares, tias ou mães costureiras, como de produtos advindos de indústrias mais consolidadas, como a de perucas coloridas necessárias à composição de certos personagens de animes e mangás, normalmente adquiridas por meio de sites como eBay (empresa de comércio eletrônico)<sup>3</sup>. De todo modo, o uso de bens industrializados permite a customização. Nessas cenas, algo sempre escapa à

---

<sup>2</sup> O presente artigo figura como resultado parcial da pesquisa Comunicação, consumo e memória: da cena *cosplay* a outras teatralidades juvenis. (Chamada Ciências Humanas, Sociais, Sociais Aplicadas MCTI/CNPq/MEC/CAPEs n.22/2014). Nesta pesquisa analisamos as teatralidades e os nexos consumo-memória das cenas *steampunk*, medievalistas, *furry*, partindo de resultados anteriores obtidos com pesquisa sobre a cena *cosplay* (NUNES, 2015). Tarefa levada a cabo pelos membros do Grupo de Pesquisa em Memória, Comunicação e Consumo, MNEMON, sob coordenação desta pesquisadora. O trabalho conta também com apoio do CAEPM, Centro de Altos Estudos da ESPM.

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.ebay.com/> Acesso em fevereiro de 2016.

serialização dando lugar a artefatos mais personalizados adequados à performance.

Este artigo objetiva apresentar as cenas *cosplay* e *steampunk* vividas entre jovens urbanos, suas performances, e problematizar o fabrico de suas materialidades voltado a formas mais criativas de produção, circulação e consumo. Para tanto, valemo-nos de pesquisa de campo conduzida pela *flânerie* como metodologia (MCLAREN, 2000) nos seguintes eventos de anime: Esquenta Anime Family 2015, RJ e Anime Fest Winter 2015, MG. Lembrando que esses encontros são espaços comungados por fãs da cultura geek em que é possível assistir a atrações variadas, como shows de bandas, palestras de dubladores de animes, etc, e ainda compartilhar preferências em estandes de *cards*, de vendas de objetos, participar ou assistir a concursos de *cosplay* ou simplesmente passear pelo evento, rever e fazer novos amigos, tirar e postar nas redes sociais muitas fotografias.

Outros festivais foram visitados, como o III Steamcom 2015, em Paranapiacaba, SP, que reuniu *steamers* de muitas regiões do Brasil. Alguns dos relatos reportados durante o trabalho de campo participam do artigo, entretanto depoimentos coletados anteriormente em pesquisa sobre a cena *cosplay* (NUNES, 2015) podem ser mobilizados.

Os pressupostos da teoria semiótica da cultura assim como dos estudos sobre consumo, jogo e cultura urbana fundamentam teoricamente a discussão contemplada nas seções: Cena *cosplay*: *orcs* e zumbis; Cena *steampunk*: George Sand, a saia de Lita e o trempelim; O lúdico como tática e Conclusão.

## 2 Cena *Cosplay*: *orcs* e zumbis

**C**hegar à Piedade, para quem vem da região central da cidade do Rio de Janeiro, é bastante demorado. Mesmo de táxi, mesmo em um sábado, o primeiro dia do Esquenta Anime Family 2015. O carro parou numa rua íngreme. O Colégio Nossa Senhora da Piedade, onde se deu o evento, fica no alto de uma colina e, de lá, avista-se a paisagem montanhosa da cidade. Ao longe, o desenho simples da torre de uma capela. A pesquisa com a cena *cosplay*, entre 2012 e 2014, já havia mostrado que existe no Rio uma gama bastante extensa de eventos de animes, normalmente nos subúrbios.

Uma pequena sala, no segundo piso da escola, abriga mesas e carteiras que servem como apoio a escudos e armas de super-heróis, pequenos objetos colecionáveis onde Alcir Pimenta, de “quase 50 anos”, como diz, termina a montagem da máscara de um *orc* (figuras 1 e 2) antes de iniciar seu depoimento. Uma das marcas das cenas jovens em estudo é o “faça você mesmo”: confeccionar as próprias roupas e acessórios, que por sua vez, oferece a muitos *cosplayers* a oportunidade de iniciarem seus próprios negócios em que experimentam o tempo lúdico imiscuído ao tempo laboral. Com Alcir foi mais ou menos assim. Ele e Will Tavares são donos da loja Studio Mix em Nova Iguaçu. Os artesãos não têm uma indústria, mas fabricam e vendem materiais para *cosplay*, objetos colecionáveis, e há pouco tempo ingressaram no ramo de efeitos especiais. Vivem deste trabalho atuando em eventos de anime em São Paulo e Rio e também comercializando suas artesanias pela internet.



Figura 1: Alcir e a máscara do Orc.

Fonte: NUNES, M. R. F. Esquenta Anime Family. Rio de Janeiro, 2015.



Figura 2: Máscara do Orc.

Fonte: NUNES, M. R. F. Esquenta Anime Family. Rio de Janeiro, 2015.

O depoimento de Alcir mostra de que modo estas cenas, que têm na performance e nas narrativas midiáticas de entretenimento e consumo suas gêneses, capturam habilidades artísticas e fomentam seu incremento para um mercado pouco convencional. O artesão relata que começou “com isso há vinte anos, mas que o mercado ainda era muito devagar e só aqueceu quando focou nos eventos de anime na virada dos anos dois mil”. Aos nove anos já fazia carrancas de giz para agradecer suas professoras. Amigos o incentivaram a continuar, pediam para que ele fizesse presentes como os “bonequinhos do playmobil” que ele copiava e adicionava acessórios como asas e artefatos de nave. Mais velho, ia para escola fantasiado com suas próprias criações. “Eu queria ter, mas não tinha condições de comprar, mas só que eu tinha criatividade, eu criava meus próprios materiais”, relata. Foi desenhista e sempre trabalhou com arte. Em 2010, em companhia do amigo Will, monta o pequeno negócio em Nova Iguaçu criando a marca Mix Collector. Durante a entrevista, pergunto sobre o poder aquisitivo dos consumidores que frequentam tais espaços. Bastante seguro, responde: “eu não ponho como poder aquisitivo, coloco como vontade de ter algo (...) o jovem junta o dinheiro, vem no evento direcionado pra consumir aquilo (...). Consumidores, em sua maioria da Baixada, em torno de 60%, e o restante do Grande Rio”.

Enquanto Alcir, muito bem-disposto, conta sua história, Will pinta e borrifa jatos de tinta no corpo de um jovem (figura 3) que, mais tarde, em outro espaço do festival, descubro se chamar André. *Cosplayer*, modelo da Mix Collector, vestido como zumbi (figura 4), André me conta que também ajuda Will na organização de um evento de anime em Nova Iguaçu: O Anime Agudo. Camiseta suja de sangue falso, com o rosto inchado pelos efeitos especiais, o jovem relata o encontro que ganha esse nome graças ao morro do Agudo e cuja entrada custa um quilo de arroz ou feijão para ajudar a comunidade.

A forte presença de jovens dos subúrbios e da Baixada nesses eventos, especialmente no Rio de Janeiro, é digna de nota, e faz pensar na complexidade das cenas não só do ponto de vista de suas teatralidades, isto é, do jogo performático que os anima a fazer as próprias roupas ou customizá-las, caso adquiridas comercialmente, para encenar com poses e brincadeiras coletivas trechos das narrativas fontes para o *cosplay*, mas também do ponto de vista das lógicas e estratégias do consumo conectadas à rede midiática que alimenta estes espaços e mobiliza desejos.



Figura 3: André com *cosplay* de Zumbi

Fonte: NUNES, M. R. F. Esquenta Anime Family. Rio de Janeiro, 2015.



Figura 4: Will e os efeitos especiais sobre o modelo André.

Fonte: NUNES, M. R. F. Esquenta Anime Family. Rio de Janeiro, 2015.

No Anime Agudo, narrado por André, as atrações elaboradas por Will não são tão diferentes daquelas oferecidas pelos festivais empreendidos por corporações de maior porte, como a Yamato, responsável pelo Family e por eventos em São Paulo: sala de jogos, batalhas medievais, desfile de *cosplays*, sala de maquiagens, etc. Evidentemente, em menor número, sem luxo e sem o chamariz das atrações internacionais, como a banda Flow, autora de parte da trilha sonora do anime Naruto, extremamente popular entre os jovens, cuja presença no Family deslocou meninas e meninos de Santa Cruz da Serra, na Baixada Fluminense, até o bairro de Piedade, obrigando-os a um percurso de muitas horas.

Para além dos bens materiais, põe-se à mostra o consumo simbólico-afetivo que imanta materialidades, das máscaras produzidas por Alcir, ao jorro de tintas que desenha cadáveres no rosto do jovem de Nova Iguaçu, às jovens da Baixada e sua paixão pela banda de K pop, música pop coreana, que conheceram graças aos animes. São afetos que sedimentam personagens e narrativas em uma memória dinâmica operada pelo consumo de um fazer criativo. Objetos e imagens convocam sentires, emoções e codificam a memória midiática acionada nos eventos.

Nessas cenas, empresas de grande monta convivem com iniciativas menores, como o Anime Agudo organizado por Will Tavares ou aqueles produzidos por fãs, tal qual o 1º Faraway Anime, em Pirituba, zona oeste da capital paulistana, organizado por Liliam Carvalho, também cosplayer, ou o Zelda Day, igualmente em São Paulo. O dia de Zelda é uma data especialmente destinada para homenagear o videogame A Lenda de Zelda, que ocorre no Parque Ibirapuera, iniciativa de Danilo Passos, jovem fã e administrador do site [zelda.com.br](http://zelda.com.br) (NUNES, 2015).

Deslocar-se da posição de fã para a de pequeno empresário de produtos voltados à própria cena da qual participa parece ser uma lógica comum às práticas que têm na performance de si a materialização de um outro em estado de ludicidade, como mostra a cena *steampunk* debatida a seguir.

### 3 Cena *Steampunk*: George Sand, a saia de Lita e o trempelim

Jovens adultos e também crianças se acomodavam nos bancos do ônibus que fazia o trajeto Rio Grande da Serra – Paranapiacaba, a vila operária construída no século XIX para os trabalhadores da companhia ferroviária São Paulo Railway, hoje pertencente ao município de Santo André, no ABC paulista. Longas saias, chapéus-coco, óculos googles metalizados, malas e carabinas compunham o visual *steampunk*. Naquele final de semana de agosto, muitos *steamers* viriam à vila experimentar a ambiência enevoada pairando sobre trens carcomidos pela intempérie guardando a memória de outras temporalidades.

O *steampunk* configura uma cena complexa entremeada por muitas mídias e linguagens que materializam o imaginário de um mundo que teria evoluído a partir da era do vapor, só movido a engenhocas e a invenções do século XIX. Da literatura de Júlio Verne ao cinema, passando pelo RPG (abreviação de *role playing game*, jogo de interpretação de papéis), pelos games, o *steampunk* é um visual que faz do corpo um corpo mídia, no sentido trazido por Baitello Júnior (2010), isto é, o corpo em sua gestualidade, vocalidade e toda sua expressão criando vinculações comunicacionais. Em um movimento ao revés, os encontros dos *steamers*, assim como os dos *cosplayers*, colocam telas e páginas na pele, nas roupas, nos acessórios, suas próteses ou extensões. E as próprias narrativas saem também das mídias tradicionais e retornam à oralidade, pois comumente os jovens criam enredos fantásticos, de improviso, ambientados no século XIX, e os encenam quando se encontram trazendo à luz os constructos da memória oral, como repetição, epítetos, frases curtas e justapostas (ONG, 1987; MCLUHAN, 1977; NUNES, 2015).

Durante o evento pesquisado, o III Steamcom em Paranapiacaba, o cenário operário, nas ruínas do período oitocentista, dá forma e absorve antigos ofícios. Karol, professora de música, 36 anos, que “sempre trabalhou com arte”, deixou a profissão para se tornar *cosmaker* e se dedicar a Cos Line “loja de roupas, costura e costureira”, conforme a definição da loja expressa nas páginas do facebook e do site que administra<sup>4</sup>. O slogan do estabelecimento ainda anuncia: “roupas de todas as épocas, de todos os filmes e de todos os seus sonhos”. A jovem expõe sua loja no amplo galpão que abriga muitos outros estandes para compra e venda de produtos *steampunk*.

Em entrevista, Karol revela que ama costurar e que “começou a trabalhar com isso por gosto”. Completa: “é muito difícil você achar coisas bem-feitas, é muito difícil achar coisas com preços mais legal (...) eu procuro facilitar a vida das pessoas para que elas possam viver isso”. Facilita em prestações, aceita todo tipo de pagamento. Relata que tem sua agenda cheia até o final do ano com eventos não só *steampunk*, mas também “piratas, medieval, todo esse universo feliz que o pessoal chama de nerd”. Atende a todos os pedidos, da roupa medieval recreacionista, que demanda costura à mão, botões de madeira, tecidos rústicos, ao medieval inspirado, em que já é possível usar máquina de costura e tecidos sintéticos, esclarece em seu depoimento.

<sup>4</sup>Disponível em: < <https://www.facebook.com/coslinebykarol/>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

Além de percorrer uma ampla escala de modos de fazer roupas de todos os filmes e sonhos, a jovem demonstra postura política ao justificar que ali estava vestida com seu *crossover*, isto é, combinação de personagens diferentes em um mesmo traje, a exemplo do corselet modelo Star Trek azul que usava com meia-calça arrastão preta e saia de tule, fluida e transparente, acompanhada de um chicotinho e botas de cano longo (figura 5). Seu objetivo foi protestar contra assédio cometido em outro evento, em São Paulo, durante o Anime Friends 2015, pois algumas mulheres tiveram seus *cosplays* hostilizados nas redes sociais com palavras chulas e ordens de estupro.

Estas cenas revelam posturas políticas, posições de sujeitos em face ao cotidiano nem sempre alegre e colorido como o universo nerd das recriações de épocas. Difícil é compreender como, por outro lado, estes jovens podem querer viver, como muitos deles relatam, em eras como a Vitoriana ou a Idade Média, tão opressoras. Entre risos, Karol relata que se tivesse nascido no século XIX teria sido George Sand, e, que podemos reproduzir as coisas belas das civilizações, como as roupas, mesmo as das mais cruéis.

O mesmo afirma a jovem jornalista, Lita, com vistosa saia amarela em gomos, blusa branca, binóculos metalizados e correntes douradas em volta do pescoço, acessório em couro e óculos escuros. Ela vem para o evento com Max, seu namorado, e Pedro, um amigo (figura 6.) Lita explica que tudo pode no universo *steampunk*, nas recriações retrofuturistas, pois a repressão aos sujeitos, típicas do



Figura 5: Karol no estande da Cos Line  
Fonte: Pedroza<sup>5</sup>, G. III SteamCom. Paranapiacaba (SP), 2015



Figura 6: Lita, Pedro e Max  
Fonte: Pedroza, G. III SteamCom. Paranapiacaba (SP), 2015

<sup>5</sup> Gilson Pedroza é um dos pesquisadores do MNEMON, participante da pesquisa e esteve em campo no III SteamCom 2015, em Paranapiacaba.

século XIX, não vingam. O mundo teria evoluído como universo paralelo, com “*low technology, handmade, muito couro e vapor*”, ensina Max. Lita resiste ao comentário sobre a falta de liberdade da mulher naqueles tempos e replica: “você pode ser tudo o que você quiser: um pirata de uma nave aérea, por exemplo”. Aqui o período serve como estilo, visual, fashionismo, destituído dos constrangimentos sociais, ainda que, curiosamente, possa servir a protestos contrários a comportamentos do tempo presente, como mostrou o depoimento de Karol.

As vestes de Lita vêm de seu guarda-roupa e de brechós, os acessórios têm marcas das mãos, como o binóculo pintado com tintas metalizadas. Há peças recombina- das de várias cenas, como a saia amarela que é parte do *cosplay* de Bela, personagem de animação Disney, que costuma fazer em outros festivais, acenando à porosidade entre essas cenas lúdicas.

As dimensões performática, lúdica e onírica sustentam as projeções do imaginário que se revestem em tecidos e em modos de fazer roupas e acessórios, por vezes, armas de plástico, como os brinquedos Nerf que ganham tons dourados nas criações de Pedro e Max. Estes *steamers* são também *cosplayers* e jogam RPG. Seguem a lógica do “faça você mesmo” para a montagem de seus visuais.

Porém, não só o estilo denota as configurações subjetivas aí implicadas. Em Belo Horizonte, MG, a pesquisa pode conhecer alguns dos membros da Loja Mineira Steampunk e descobrir que o *do it yourself* atinge igualmente objetos e narrativas. Alexia, Bruce e Gleidisson, membros da Loja, empregam na geração de símbolos, para a prática *steampunk*, suas criações pessoais, sempre fruto das relações sociais. Não apenas o zepelim como dirigível, um dos símbolos da cena *steampunk*, frequente Beagá. Na capital de Minas, inventam o “trepelim” como homenagem ao vocábulo trem que assume função adjetiva e/ou substantiva na linguagem falada dos mineiros. Os elementos do folclore nacional, tal como o diabinho da garrafa, bastante popular, ganham vigor nas narrativas teatralizadas pelo grupo que conta histórias inventadas por eles mesmos, com base em personagens inspirados na *commedia dell’arte*. Entretanto, no enredo, convivem o Barão de Mauá, as terras do Acre, jornalistas investigativas e aventureiras ambientados no Brasil do século XIX. A forte marca da cultura brasileira no coletivo de Belo Horizonte se dá também no nordesteam, um faroeste com cor local, e, Glaidisson, um dos idealizadores desse movimento, prepara um *steampunk* Lampião afirmando que a estética do cangaço é também *steam*.

O espaço reservado à Loja Mineira, durante o Anime Fest Winter 2015, é pequeno, porém suficiente para que encenem histórias fantásticas e convidem o público para intervenções e brincadeiras graças ao “*steampunk* de gaveta”, uma atração que faz uso de roupas doadas por familiares do grupo e vindas de brechós dispostamente dispostas em uma gaveta para que cada um possa compor seu visual e, criar, como diz Bruce, experimentando o retrofuturo de 1800.



## 4 O lúdico como tática

**M**ichel de Certeau (1994, p. 40), em seu clássico *A invenção do cotidiano*, ressalta que os consumidores ou usuários dos processos que organizam a ordenação sócio-política fazem “uma bricolagem com e na economia cultural dominante, usando inúmeras e infinitesimais metamorfoses da lei, segundo seus interesses próprios e suas próprias regras”. Nessas cenas, inventar narrativas, nomes e roupas cruzadas, vindas de outros regimes de consumo e de múltiplos personagens, fabricar armas, escudos, máscaras, acessórios, artefatos, muitas vezes a partir de produtos industrializados, mas que ganham nova significação, é mobilizar táticas criativas em meio ao cotidiano por demais funcionalizado. A *steam* Alexia, de BH, relata que “a vida tá muito chata: casa, trabalho, trabalho, casa”, e, com seu depoimento, sugere à pesquisa não só uma queixa relativa ao mundo atual, mas, sobretudo, deixa à mostra o jeito de submeter sua realidade maçante ou massacrante a outra lógica em que é possível subverter o tempo ordinário, comprometido com o produtivismo, para viver o tempo mágico da performance, do lúdico, da fantasia: o jogo, evasão da vida real, esfera temporariamente livre, com orientação própria, e ao mesmo tempo parte integrante da vida, conforme lê-se em Huizinga (1990).

Como ensinou o autor holandês, o jogo tem função cultural e sua atividade lúdica penetra as relações socioculturais tornando possível superar as agruras da primeira realidade: aquela que aponta a finitude humana e as pequenas mortes atravessadas todos os dias, mas que podem ser vencidas simbolicamente pela cultura considerada, como mencionado, uma segunda realidade (BYSTRINA, 1995 apud BAITELLO, 2012).

Pode-se aproximar a mesma dimensão do jogo e da atividade lúdica contidas em Huizinga (1990) e Bystrina (BYSTRINA, 1995 apud BAITELLO, 2012), encontradas nas cenas descritas, isto é, nas práticas do narrar, costurar, pintar, reutilizar, ao conceito de jogo como tática descrito por Certeau (1994). O exemplo trazido pelo pensador francês sobre as maneiras de habitar de um magrebino em Paris avizinha-se ao que a pesquisa com as cenas lúdicas e seus modos de fazer demonstram: a formação de táticas desviacionistas para o enfrentamento com o cotidiano. Isto é, capazes de criar, no interior do grande sistema industrial produtivo,

um espaço de jogo para maneiras de utilizar a ordem imposta do lugar ou da língua. Sem sair do lugar onde tem que viver e que lhe impõe uma lei, ele [o magrebino] aí instaura pluralidade e criatividade. Por uma arte de intermediação ele tira daí efeitos imprevistos (CERTEAU, 1994, p. 92-93).

Tanto *cosplayers* como *steamers* imantam as materialidades, inclusive os significantes da língua, que dispõem para recriarem animes, mangás ou narrativas retrofuturistas com a mesma pluralidade e criatividade que a do magrebino citado por Certeau (1994). Todos os artefatos estão dados virtualmente, porém só ganham formas, cores, texturas, tamanhos, sintaxes no próprio jogo com as materialidades disponíveis para assim se colocarem em estado de uso e/ou de venda. Vale repisar que para além da pluralidade e da criatividade, são as emoções a cola sónica-afetiva da cultura material gerada pelos objetos dessas cenas.

## 5 À guisa de conclusão

**S**e fazemos as coisas, as “coisas fazem coisas conosco”, como ressalta Daniel Miller (2003, p. 141). Parece que as coisas aqui fazem cenas culturais, *clusters* criativos. As cenas para Will Straw (2005) são núcleos de sociabilidade, considerando sua localização, o gênero da produção cultural que a organiza e a atividade social em torno da qual as cenas ganham relevância. Os fluxos e os regimes de circulação e consumo, como os eventos, os pequenos artesãos dentro deles e graças a eles, assim como os usos das materialidades pelos sujeitos para frequentá-los colaboram para formar as texturas da cultura urbana: “um sistema destinado a lembrar, movimentar e transformar a expressão cultural e a energia social” (STRAW, 2005, p. 5). Entende-se que a cultura urbana na cidade se faz também por meio das coalescências de cenas lúdicas.

Comportando-se como textos da cultura em que o lúdico se destaca como tática desviacionista para enfrentamento do cotidiano, os modos de fazer salientados nas cenas *cosplay* e *steampunk* revelam configurações subjetivas, histórias de vida, memórias, marcas de personalidade no fabrico e no consumo de artesanias que podem dialogar com outras formas de pensar e fazer a economia das sociedades atuais.

## Referências

BAITELLO JUNIOR, N. A ciência dos vínculos. In: BORNHAUSEN, D.; MIKLOS, J.; SILVA, M. (Org.). CISC 20 anos: comunicação, cultura e mídia. São José do Rio Preto: Bluecom Comunicação, 2012.

BAITELLO JUNIOR, N. *A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia*. São Paulo: Paulus, 2010.

CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano 1: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.

eBay. Disponível em: <[www.ebay.com](http://www.ebay.com)>. Acesso em: 03 maio 2016.

HUIZINGA, J. *Homo ludens*. São Paulo: Perspectiva, 1990.

LOTMAN, I. M. *La semiosfera I*. Madri: Ediciones Cátedra, 1996.

LOTMAN, I; USPENSKI, B. *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Livros Horizontes, 1981.

MACLAREN, P. *Multiculturalismo revolucionário*. Porto Alegre: Artmed, 2000.

MCLUHAN, M. *A galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Companhia Ed. Nacional, 1977.

MILLER, D. *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NUNES, M. (Org.). *Cena cosplay: comunicação, consumo, memória nas culturas juvenis*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

NUNES, M. (Org.). *O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica*. São Paulo: Anablume, 1997.

ONG, W. *Oralidad y escritura*. México: Fondo de Cultura Economico, 1987.

STRAW, W. Cultural scenes. *Loisir et Société / Society and Leisure*, Canadá, v. 27, n. 2, p.411-422, set. 2004. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/07053436.2004.10707657>>. Acesso em: 25 ago. 2015.