

Cosplay y su transformación en la pandemia

Fecha de recepción: septiembre 2021

Fecha de aceptación: noviembre 2021

Versión final: enero 2022

Yanina de los Milagros Torti Frugone (*)

Resumen: La pandemia de Covid 19 ha afectado los tejidos de todas las sociedades del mundo, en los más diversos niveles. Desde el aspecto de la salud física y mental, hasta la economía, las sociedades han debido reescribir sus interacciones, transformándolas en nuevos modos que se adaptan a las posibilidades. En este sentido, el *cosplay* no es la excepción, regido bajo la máxima darwiniana: adaptarse o desaparecer. En el presente trabajo se abarcarán algunos de los caminos de esta particular metamorfosis, tanto a nivel global como a nivel local.

Palabras clave: Cosplay – pandemia – adaptación – cultura - cambios

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 209]

Breve repaso sobre el cosplay

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 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* () y *play* en *pure* (). Por eso, cualquiera 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.

Cosplay vs. Pandemia

Está naturalizado que los jóvenes del siglo XXI comparan diversas actividades atravesadas en su conjunto por la Era Digital; en donde herramientas, gustos y opiniones se intercambian, transformándose en algo cotidiano. Es por ellas -y a través de ellas- que las redes sociales en sus más diversas formas aglomeran gustos que se clasifican, dividen y definen dentro de Internet.

Se podría pensar que la intensificación de la virtualidad no ha afectado a una actividad desde ya difundida y promulgada en lo digital. Sin embargo, la realidad parece ser otra. Al ser el *cosplay* un conjunto preferencias que “logran conservar un aspecto más tradicional,

diferenciándose desde su propio origen que, a su vez, surfea corrientes entre lo analógico y lo digital” (Torti Frugone, 2018), lo cierto es que la gran mayoría tuvo que adaptarse para continuar con esta actividad artística; ya que el centro principal de atracción y escenario social “natural”, los eventos, ya no serían realizados frente a la pandemia mundial y la suspensión de toda actividad cultural masiva. Esto significó no solamente una pérdida económica importante de muchos sectores dedicados al comercio *freak*, emprendedores y artistas o artesanos, sino una disminución masiva de producciones en confección de *cosplay*.

El tercer Impacto

El *cosplay* debió comenzar una transmutación en sí mismo, a todos los niveles. Conscientes de la realidad, sus cambios fueron desde la solidaridad hasta la auto sustentación. Han ocurrido fenómenos internacionales tales como el incentivo de producciones caseras con el objetivo común de recaudar fondos para colaborar con organismos internacionales en la lucha contra el Coronavirus: “[...] El esfuerzo de este año adquirió un significado adicional ya que la organizadora, *gaiuscospay*, creó un fondo de caridad con el 100% de los ingresos destinados al Fondo de Respuesta Covid-19 de la OMS y la ONU”. En otros casos más puntuales, muchos *cosplayers* atendieron el llamado del deber y revelaron sus “verdaderas” identidades, esenciales en los tiempos que corren. Las alternativas comenzaron a aparecer. Las plataformas fueron la respuesta inmediata, desarrolladas de manera más específica, acorde a los tiempos que exigían una *virtualidad total*. Muchas “reflotaron” hacia la superficie, brindando opciones nuevas, adaptadas para el encierro absoluto de todas las sociedades; una realidad que continúa siendo la norma, ya que, si bien a partir de principios del 2021 hubo algunas intenciones y encuentros parciales al aire libre, la poca aplicación y existencia de la vacuna en muchos países no es suficiente para afrontar el miedo al contagio, por lo que la asistencia a lugares donde se reúne gente es aún incierto.

Estos cambios fueron más o menos exitosos dependiendo de la región, el país y su capacidad de poder adquisitivo en estas circunstancias (que además disminuyó

significativamente). En Argentina, el cosplay tuvo una metamorfosis con sus consecuencias muy particulares.

La supervivencia del más fuerte I: Tiktok e Instagram como plataformas de comunicación

Los cosplayers argentinos decidieron adaptarse a las circunstancias. La comunidad puertas adentro se sostuvo más entre sí que antes, incrementando los tutoriales de cómo resolver ciertas cuestiones que los eventos o los fotógrafos externos podían hacer por el cosplayer, y que ahora el artista tenía que resolver por sí mismo. Comenzaron a intercambiarse de manera pública, inclusive, tips y consejos de cómo profesionalizar una sesión de fotos en una habitación, sin las facilidades que otorgaba las producciones presenciales.

En una encuesta hecha para el presente trabajo, en la cual el 68,4% de los cosplayers con más de 5 años de realizaciones, decidió no abandonar la actividad a pesar de todas las dificultades. A partir de ese resultado, se detallaron las circunstancias en las que siguieron elaborando sus trabajos.

Por otro lado, 87,5% admitió que costó mucho conseguir materiales para la confección de trajes o accesorios, y esto incluye la ejecución de las piezas en sí. El motivo principal fue económico (44,5%) y hogareño (19,5%); pero es interesante notar como un porcentaje (28%) implicó lo emocional, relacionado al impacto psicológico que significó transformar y adaptar la vida entera al aislamiento social y obligatorio. A pesar de que muchos ya difundían su trabajo por las redes, la ausencia de la sociabilidad que significaban los eventos presenciales orilló esta cuota, que en pocos casos llevó al abandono de la actividad, en reemplazo por otro rubro artístico que sí pudieron realizar.

La gran mayoría, entonces, logró adaptarse a las circunstancias; formándose, informal o formalmente mediante cursos virtuales o tutoriales, para mejorar sus herramientas de difusión existentes, y así usufructuarlas de manera más eficiente. De todas las redes sociales en donde se utiliza la difusión, la más prolífica en el tiempo fue TikTok, por su hipervisualización e inmediatez, aunque se notó un refuerzo considerable en Instagram por su exposición más comercial.

Más allá del ingenio o la formación extra, el aumento del costo de productos importados esenciales para el cosplay (sobre todo por el alto costo que lleva el dólar en el país), llevaron a tomar también vías alternativas para la resolución de los gastos.

La supervivencia del más fuerte II: Patreon, Only Fans y Ko Fi como plataformas de colaboración

Si hay algo que trajo la pandemia, fue una gran crisis económica. En nuestro país, los problemas de poder adquisitivo se agravaron con la prohibición (legal) del llamado mercado informal. Con sus circuitos suspendidos y el traslado restringido, muchas PyMes, mercados de artesanos y actividades culturales fueron totalmente suspendidas, llevándolas en algunos casos a la quiebra. En consecuencia, y a su vez por la suba de materiales importados, los cosplayers no pudieron tomar gastos de sus ingresos fijos, por lo que decidieron ampliar la

posibilidad de adquirir el dinero necesario por vías alternativas.

Un camino posible fueron las donaciones de patronazgo. La plataforma más conocida es *Patreon* que trata de aportes por suscripción de los fans del artista, a cambio de recompensas personalizadas mensuales. Si bien esto ya existía pre-pandemia y ayudaba a soportar proyectos de todo tipo, se convirtió en una preferencia para los cosplayers, sobre todo los que tienen alcance internacional. Aunque se identifica la continuidad en redes como *Facebook*, la revelación durante el aislamiento de la cuarentena argentina fue la utilización del *Ko-Fi* (del fonético *coffee*, café en inglés, también aludiendo a la pronunciación katana japonesa de la misma palabra, *kohi*): una plataforma que permite donaciones “a la gorra” y que fomenta el apoyo a los trabajos del artista, cuya retribución en agradecimiento es opcional, y no posee suscripciones ni obligación de las partes. La cantidad de dinero puede variar, y depende su éxito de las metas que el propio artista imponga en su momento (por ejemplo: “Proyecto: Comprar pelucas”). Como esta red se maneja solamente en dólares mediante las cuentas *PayPal*, un grupo de programadores locales idearon la variable argentina, el *Cafecito*, que funciona en pesos mediante Mercado Pago (dependiente de Mercado Libre); y que apelan al exacto concepto del sistema de donaciones anteriormente mencionado.

Finalmente, podemos mencionar a *Only Fans*, que tiene una característica particular: es una red social privada, que solo mediante membresías permite el acceso a contenido exclusivo y sin censura de parte de los artistas. Si bien originalmente estaba dedicada a contenido para adultos (o *soft porn*), los (las) cosplayers tuvieron parte de su adaptación inclinándose hacia la fotografía erótica, el *boudoir* y la lencería. Usando la creatividad, reinventaron la forma de adquirir dinero mediante la venta de *packs* de fotos o videos; a veces interpretando personajes, o simplemente sugiriendo su estética a través del uso de accesorios, pelucas o trajes adaptados. El cosplay, así, pudo continuar.

Conclusión

La pandemia del Covid-19 trajo consigo un replanteo drástico en todos los niveles sociales a lo largo y ancho del globo. En el camino a obtener la inmunidad poblacional mediante las diversas vacunas, el ritmo lento de las inoculaciones lleva a que las industrias culturales tomen nuevas formas en pos de sobrevivir a las grandes pérdidas económicas que significaron la inacción y la suspensión de la presencialidad masiva.

El cosplay como parte de esa dinámica cultural no fue la excepción y, particularmente en Argentina, tomó sus virtualidades existentes en su comunicación global para transformarse en una actividad no solamente capaz de adaptarse a las circunstancias, sino que llevó a reinventarse y generar nuevos nichos de mercado que sostienen su supervivencia, a la espera de un regreso a una vieja normalidad que, pese a todo, no volverá a ser igual.

Bibliografía

Bourdieu, Pierre (1987) *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa.

- Fiske, John (1992). *The cultural Economy of fandom. In: Adoring Audience: fan culture and popular media.* New York: Routledge, Chapman and Hall.
- Giménez, Gilberto: “La cultura como identidad y la identidad como cultura”. En el Tercer Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, 2005.
- Jenkins, Henry (2010). *Cultura de la Convergencia.* Paidós Comunicación.
- Jones, S. G. & Pearson, R. E. (eds.) *Cult Television,* London, University of Cambridge.
- Levy, Pierre (1997). *Collective Inteligence: mankind's Emerging World in Cyberspace,* Cambridge, Perseus.
- Maffesoli, Michel (2000): *El tiempo de las Tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas,* Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Martín-Barbero, Jesús (2004): *Communication, culture and hegemony: from the media to the mediations.* Sage, Londres, 1993. Minnesota Press.
- Williams, Raymond (2000) *Palabras Clave,* Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- Cosplayer de Street Fighter lucha contra el coronavirus <https://www.20minutos.es/gonzoo/noticia/4139981/0/cosplayer-street-fighter-lucha-contra-coronavirus/>
- Cosplayers de todo el mundo se han unido para recaudar fondos contra el coronavirus. En: <https://www.20minutos.es/gonzoo/noticia/4218147/0/cosplayers-de-todo-el-mundo-se-han-unido-para-recaudar-fondos-contra-el-coronavirus/>
- Cosplay en casa: Todo lo que necesitas saber para sacar fotos <https://animeargentina.com.ar/cosplay-lo-que-necesitas-saber-para-sacarte-fotos/>
- Galant, M, Schandor, A & Torti Frugone, Y (2009): “Grupos de Culto” en las XIII Jornadas de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación, septiembre de 2009, ISSN: 1852-0308. Vínculo online en: <http://gruposdeculto.blogspot.com/2010/04/grupos-de-culto.html>
- Galant, M, Schandor, A & Torti Frugone, Y (2009): “Tribus Urbanas VS Grupos de Culto o Moda VS Estilo de Vida” en el XI Congreso REDCOM, octubre de 2009, ISSN: 1852-6349. Vínculo online en: <http://gruposdeculto.blogspot.com/2010/04/tribus-urbanas-vs-grupos-de-culto-o.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>
- Ídem (2018). *Cosplay: Origen y comunidades virtuales.* Revista Luciérnaga / Comunicación. Año 10, N° 20. Págs. 4 - 13. DOI: 10.33571/revistaluciernaga

Abstract: The Covid19 pandemic has affected the tissues of all societies in the world, at the most diverse levels. From the aspect of physical and mental health, to the economy, societies have had to rewrite their interactions, transforming them in new ways that adapt to possibilities. In this sense, cosplay is no exception, governed by the Darwinian maxim: adapt or disappear. This work will cover some of the paths of this particular metamorphosis, both globally and locally.

Keywords: Cosplay - pandemic

Resumo: A pandemia Covid 19 afetou os tecidos de todas as sociedades do mundo, nos mais diversos níveis. Do aspecto da saúde física e mental à economia, as sociedades tiveram que reescrever suas interações, transformando-as em novas formas que se adaptem às possibilidades. Nesse sentido, o cosplay não é exceção, regido pela máxima darwiniana: adapte-se ou desapareça. Este trabalho irá cobrir alguns dos caminhos dessa metamorfose particular, tanto global quanto localmente.

Palavras chave: Cosplay – pandemia

(*) **Yanina de los Milagros Torti Frugone:** Comunicación Social e Industrias Culturales, Política y Gestión. Jefa de Prensa en la Municipalidad de Quilmes. Investigadora académica en culturas masivas en la Universidad Nacional de Quilmes.

Un jardín de senderos que se bifurcan es también un jardín

María Romina Triunfo (*)

Fecha de recepción: septiembre 2021

Fecha de aceptación: noviembre 2021

Versión final: enero 2022

Resumen: “Cada vez que un hombre se enfrenta con diversas alternativas, opta por una y elimina las otras”. Escribe Borges en *El Jardín de los senderos que se bifurcan*. Esta obra, relata la historia de un escritor que en lugar de forzar a sus personajes a elegir entre un camino y otro, los hace “optar— simultáneamente—por todos”. En este momento en que la experiencia teatral tal como conocemos se encuentra en crisis, propongo pensar este suceso no como la muerte del teatro -o su pausa temporal- sino como una bifurcación que produce el nacimiento de un teatro expandido, quizás un teatro digital.

Palabras clave: Teatro – virtualidad - teatro expandido - teatro digital

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 211]