

HOSPITALIDADE E HOSTILIDADE NO UNIVERSO DOS COSPLAYERS

Anna Beatriz Cautela Tvrzka de Gouveia¹

RESUMO

O trabalho aborda a relação de hospitalidade e hostilidade entre os cosplayers nos eventos de cultura geek. Para atingir o objetivo, realizou-se uma pesquisa qualitativa, com entrevista semiestruturada com quinze cosplayers que frequentam eventos de cultura geek. Para a análise dos dados, utilizou-se a análise de conteúdo, e os dados foram analisados com o auxílio do software Atlas.ti. Como resultado, identificou-se que a hospitalidade está presente tanto na organização dos eventos quanto no acolhimento dos visitantes durante o evento, enquanto os aspectos de hostilidade estão relacionados à falta de respeito, especialmente em relação às cosplayers do gênero feminino.

Palavras-chave: Hospitalidade. Hostilidade. Cosplay. Cultura geek.

ABSTRACT

This study addresses the relationship between hospitality and hostility among cosplayers at geek culture events. To achieve this objective, a qualitative research study was conducted, using semi-structured interviews with fifteen cosplayers who attend geek culture events. Content analysis was used for data analysis, and the data were analyzed using Atlas.ti software. The results identified that hospitality is present both in the organization of events and in the welcoming of visitors during the event, while aspects of hostility are related to a lack of respect, especially towards female cosplayers.

Keywords: Hospitality. Hostility. Cosplay. Geek culture.

¹ Doutora em Hospitalidade, Mestre em Administração, Especialista em Marketing pela FGV com MBA Internacional em Marketing pela Ohio University, Graduada em Administração, Secretariado Executivo Bilingue e Tradutor e Intérprete (português e inglês). Mais de 10 anos de experiência na área de Marketing na Avon Cosméticos, 19 anos de experiência na docência do ensino superior (graduação e pós-graduação). Consultora na área de Estratégia empresarial, Planejamento e Marketing. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0630719218669132>

INTRODUÇÃO

Com o crescimento exponencial da cultura cosplay, tem se tornado cada vez mais importante discutir a hospitalidade e a hostilidade que permeiam esse universo. Embora muitos cosplayers experimentem um senso de comunidade e camaradagem, outros são alvos de hostilidade e discriminação. Este artigo aborda o universo dos cosplayers, discutindo a relação de hospitalidade e hostilidade presente nos eventos de cultura geek.

Os eventos de cosplay chegaram ao Brasil no final dos anos de 1990 (AMARAL; DUARTE, 2008; COELHO JR; SILVA, 2007) e, mais recentemente, seus participantes têm em múltiplas personagens midiáticas fontes para montagem de seus trajes: das personagens de animes aos ícones da música pop ou do universo editorial. Nesses encontros acontecem uma série de atividades, além dos concursos de cosplay, tais como os campeonatos de ilustração, de games, de cards, de espadas medievais, shows, além da comercialização de objetos e acessórios relacionados aos personagens. O panorama brasileiro mudou em 2014, com a realização da Comic Con Experience, em São Paulo.

Pode-se dizer que a palavra *geek* é usada para denominar alguém aficionado por tecnologia, entretenimento ou internet. Os geeks são muito focados e, muitas vezes, se tornam experts naquilo que amam (CROSS, 2005). A cultura geek se caracteriza como um estilo de vida, no qual os indivíduos se interessam por tudo que está relacionado à tecnologia e eletrônica. Gostam de filmes de ficção científica e são fanáticos por jogos eletrônicos e jogos de tabuleiro.

Friese (2004, p. 68), considera que o conceito de hospitalidade permanece em uma “constelação marcada por ambivalências distintas, que incluem tensões entre anfitrião e hóspede, entre hospitalidade e hostilidade, proximidade e distância, entre pertencer a uma comunidade e ser um forasteiro, entre exclusão e inclusão”. O autor entende que a hospitalidade reside nas obrigações mútuas entre anfitrião e hóspede e que existe a necessidade da reciprocidade entre esses dois atores para a existência da hospitalidade.

Os papéis são de anfitrião e hóspede, que se valem de ritos, por meio de costumes e tradições, para regradar o relacionamento de forma positiva (hospitalidade) ou negativa (hostilidade) (GUIMARÃES; CAMARGO, 2018). Essa relação gera distintos insights

(pontos de encontro), e uma elevada parcela (desses insights) pode ser analisada e investigada no contexto da hospitalidade. O componente humano é um dos ingredientes mais importantes para que haja a percepção de uma experiência positiva (GUIMARÃES; CAMARGO, 2018).

Este trabalho aborda a relação de hospitalidade e hostilidade entre os cosplayers em eventos de cultura geek. Para isso, realizou-se uma pesquisa qualitativa com entrevista semiestruturada com quinze cosplayers que frequentam os principais eventos de cultura geek no Brasil. Para analisar os dados coletados, utilizou-se o método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2014) para identificar as categorias relacionadas à hospitalidade e hostilidade em relação aos eventos pesquisados.

COSPLAY E CULTURA GEEK

Cosplay, uma forma abreviada de *kosupure*, é uma combinação das palavras japonesas "fantasia" (コス) e "jogo" (プレ) (WINGE, 2006, p. 67). Cosplay é a palavra moderna usada para descrever o *fandom*, sendo "fandom" definido como "o reino do ávido entusiasta" (FANDOM, n.d.). Cosplay é um tipo de arte performativa em que um indivíduo se fantasia como um personagem de ficção, tipicamente de romances gráficos, quadrinhos, anime/cartoons, videogames ou obras de ficção científica e fantasia.

O termo cosplay (*kosupure*) foi criado em 1984 por Takahashi Nobuyuki, fundador e escritor da editora Studio Hard, para descrever os fãs de ficção científica e fantasia que ele viu no World Con Los Angeles naquele ano, os quais usavam trajes de suas personagens favoritas (WINGE, 2006, p. 66). Ele ficou tão impressionado com o que tinha visto que, ao regressar ao Japão, escreveu sobre sua experiência e encorajou os leitores de suas revistas a aplicar a ideia da mesma forma (COZENS, 2009).

O cosplay ainda é entendido sob a ótica das teorias da subcultura juvenil (AMARAL; DUARTE, 2008), uma vez que os cosplayers possuem suas dinâmicas sociais e comunicacionais, tendo suas próprias formas de identificação que os tornam parte de um segmento da sociedade. A cena deste grupo juvenil poderia ser entendida como uma subcultura, na medida em que “a expressividade por meio do corpo, da linguagem verbal,

das vestes e atitudes, combina-se aos recursos cênicos, visuais, sonoros, hápticos aos quais estão expostos, permitindo inúmeros protagonismos” (NUNES, 2014, p. 237).

Além de ser interpretado como uma forma de expressão e prática cultural, o cosplay também é visto como um processo de sociabilidade, como explicitado por Machado (2009, p. 2), que sublinha que a prática ocorre em eventos presenciais, os animencontros, os quais possuem dinâmicas próprias, como o modo dos frequentadores de se vestir, falar, entre outros. É possível afirmar que esse processo de sociabilidade ancora-se, a princípio, na relação estabelecida por esse grupo de jovens com mangás e animes, contribuindo para a configuração de um determinado *insight*, um novo estilo de vida, uma forma de cultura construída e vivenciada por eles, a qual ajuda a configurar um modo próprio de estar no mundo.

O crescimento do mercado voltado à cultura geek não passa despercebido pelo mercado brasileiro e, desde 2014, em São Paulo, a Comic Con Experience (CCXP) é realizada anualmente, ganhando reconhecimento internacional como um dos maiores eventos voltados a esse segmento cultural no país. Na edição de 2022, recebeu um público de mais de 280 mil pessoas em quatro dias de evento, um número expressivo que não deve ser, de forma alguma, ignorado, tornando-o o maior festival de cultura pop do mundo. Com esse número de pessoas, a CCXP bateu seu próprio recorde, obtido em 2019; um número que reforça por que esse é o principal festival da cultura geek e pop do mercado, ajudando a construir a sensação de identidade e pertencimento entre aqueles que participam do evento.

Moriconi (2014, p.08) considera que tanto identidade quanto pertencimento são sentimentos que “podem interferir na construção dos valores e das atitudes” e afirma:

A vida é feita de momentos simples que nos comovem. São esses momentos que verdadeiramente marcam e trazem o sentimento de identidade ao ser humano. Esses momentos que dão sentido à vida das pessoas são aqueles que também vão constituir seu caráter, dignidade e personalidade. São eles que farão surgir o sentimento de pertencimento e consequentemente trarão uma identidade de singularidade (MORICONI, 2014, p.8-9).

De maneira simples, o Dicionário Houaiss (2010) define identidade como “conjunto das características próprias e exclusivas de um indivíduo; consciência da própria

personalidade; o que faz que uma coisa seja da mesma natureza que outra”, enquanto pertencer é, dentre outras definições da mesma publicação, “fazer parte de; ser referente a, relacionar-se; ser próprio, característico”.

Estas comunidades tendem a ser identificadas por fatores em comum ou pela identificação própria entre seus membros (MCALEXANDER; SCHOUTEN; KOENIG, 2002). Os consumidores reconhecem, nos outros, pessoas como eles mesmos” (MCWILLIAN, 2000). Ou seja, as pessoas tendem a escolher atividades que sejam congruentes com os aspectos salientes de suas identidades, bem como a suportar instituições que representem essas identidades (ASHFORTH; MAEL, 1989). Além disso, ao formarem grupos, os indivíduos buscam o convívio com outros que tenham traços de identidade parecidos ou compatíveis (SCHOUTEN; MCALEXANDER, 1995).

HOSPITALIDADE E HOSTILIDADE

A palavra portuguesa *hospitalidade*, assim como a francesa *hospitalité* ou a inglesa *hospitality*, encontra sua raiz etimológica não apenas no termo latim *hospes*, mas também no vocábulo a partir do qual este último evoluiu: *hostis*. Na língua grega, *xénos* servia para designar tanto o hóspede como o estrangeiro. Émile Benveniste elabora uma análise linguística acerca da origem etimológica da palavra *hospitalidade*, na obra *Le Vocabulaire des Institutions Indo-Européennes* (1969), que importa recuperar.

Benveniste salienta o duplo sentido que *hostis* foi adquirindo na língua latina, passando a significar tanto hóspede como inimigo. Contudo, posteriormente, “por uma mudança cujas condições precisas não conhecemos, a palavra *hostis* adquiriu uma aceção «hostil» e agora só se aplica ao «inimigo»” (BENVENISTE, 1969) Originalmente, o termo apenas significava hóspede, visita, alguém que estaria numa relação de reciprocidade, num entendimento com outro, mas progressivamente foi tomando o significado de inimigo. Isto pode ter acontecido porque as relações interpessoais entre comunidades deram lugar a relações impessoais entre Estados, de modo que a confiança que servia de base ao *hostis*, enquanto hóspede, deu lugar à suspeita, fazendo com que este fosse considerado uma possível ameaça (KEARNEY, 2015).

Cada vez mais se esboçava a possibilidade de o *hostis* ser hostil e, por isso, tratar-se de um inimigo, ao invés de ser amistoso e recebido como hóspede, digno de hospitalidade. Por conseguinte, foi emergindo a necessidade de um outro termo para designar a noção de hospitalidade, o outro que é recebido; este consistia no antigo vocábulo *hostis* composto com pot(i)s, isto é, *hospes* < *hostipe* / *ot-s.*, resultando em *hospes*. Desta forma, o novo termo consistia na reunião de *ghosti* – na base de *hostis* – e *-pets*, sendo uma incarnação da hospitalidade em seu sentido literal (BENVENISTE, 1969). Se olharmos para a língua portuguesa, encontramos inúmeras palavras devedoras deste novo termo, assim como do anterior, além das mais óbvias, desde *hotel* ou *hostel* a *hospital* ou *hospício*, lugares que recebem, acolhem ou cuidam.

Ainda que *hospes* tenha surgido para colmatar a necessidade de um novo termo para designar o estrangeiro, aquele que é recebido numa relação de reciprocidade e, em última instância, de hospitalidade, a sua origem permanece. Derrida (2014) refere uma “hostipitalidade”, no original uma “hostipitalité”, tornando a proximidade entre ambos os termos mais explícita. A convergência entre hostilidade e hospitalidade, resultante neste termo cunhado pelo autor, revela-nos ainda outra ideia: uma comporta, em si, a possibilidade da outra. Ambas as noções têm, em sua gênese, um vocábulo de sentido duplo que faz com que não se possa conceber uma sem a outra, tornando possível a transformação da hostilidade em hospitalidade, mas também o contrário. O estrangeiro tanto podia ser acolhido como hóspede ou concebido como hostil, sendo esta a ambiguidade de sua figura, a duplicidade na qual aquele que vem de fora oscila.

Consequentemente, revela-se a necessidade de dois termos distintos, muitas vezes opostos, mas também a coexistência e proximidade de ambos. Indo mais longe, podemos ainda considerar a possibilidade de algo que seria contraditório à partida, por pressupor simultaneamente dois gestos opostos: acolher e renunciar um hóspede que é hostil. Seguindo esta linha de pensamento, parece pertinente invocar a figura do parasita, que pode conter em si esta dualidade, tanto num sentido mais literal quanto num sentido mais metafórico, constituindo-se assim como paradoxal.

Hospitalidade e hostilidade, os dois termos são provenientes de uma raiz linguística similar – *hospes* e *hostes* – mas que trazem consigo sentidos contrários. Tem-se hospitalidade, hospedagem, hospital e, em hóspede, também a hostilidade e o hostil. Anfitrião e hóspede derivam de uma palavra indo-europeia comum – *ghostis* – que tem por significado “forasteiro” e, mais além, “inimigo”, não propriamente relacionado ao anfitrião e ao hóspede, mas sim à relação que pode acontecer entre eles, considerando que nem todos os encontros ocorrem de maneira hospitaleira. Ao estranho oferece-se um acolhimento hostilizado, visto que ele carrega diferenças culturais que podem conturbar a ordem daquele que o recebe (CORACINI, 2010; CAMARGO, 2004).

Sob as lentes da hospitalidade é possível observar os variados procedimentos existentes para estabelecer e manter as relações entre anfitrião e hóspede no contexto sociocultural e econômico, visto que elas os envolvem sem perder sua natureza e essência, com todas as suas associações simbólicas, inclusive, com a hostilidade e com o que é inóspito. Ressalta-se que o conceito de inóspito tem sua origem no espaço, ao denominar o viajante ou estrangeiro que habita em um outro lugar e que, em determinado momento e por algum motivo, adentra em um local que não é considerado seu. Nesse sentido, o conceito assume uma dimensão de perigo, do que vai roubar ou matar e, na dualidade da raiz em que a palavra é constituída, o espaço também se torna abrigo e pertencimento ao grupo. Inóspito também tem a mesma origem de hospitalidade e hostilidade – *hospes*, *hospitais* e *hostis* – e a palavra perigo, com seu prefixo indo-europeu *per*, assume o significado de deslocar-se (BAITELLO JUNIOR, 2013). Aspectos de hostilidade encontram-se relacionados ao preconceito, à violência, à intolerância, à declaração de guerra e ao confronto com o outro, quer por divergência de interesses, quer por olhares distintos sobre uma mesma coisa.

Lashley e Morrison (2004) abordam a hospitalidade colocando no centro do fenômeno o encontro entre anfitrião e hóspede, desenrolando-se em três domínios inter-relacionados de atuação: privado ou doméstico, social ou cultural, e comercial, com influência de cada um nos demais. O domínio comercial representa a hospitalidade aplicada aos negócios, portanto. Interligados a ele estão os outros dois domínios, formando uma tríplice interseção que expressa a influência que recebem da tradição cultural e privada, ou seja, de valores, significados e dimensões emocionais.

Brotherton e Wood (2004) propuseram que a hospitalidade pode ser diferenciada de outras formas de troca humana como a expressão do desejo de um mútuo bem-estar entre as partes; posteriormente, o entretenimento foi acrescido à definição para cobrir toda a sua atuação atual (CAMARGO, 2004; HEMMINGTON, 2007; LUGOSI, 2008).

METODOLOGIA

Para alcançar o objetivo pretendido, foram realizadas entrevistas em profundidade com quinze cosplayers, sendo oito homens e sete mulheres, que frequentam eventos de cultura geek, em especial que tenham participado de alguma edição da CCXP. Utilizou-se um roteiro semiestruturado com questionamentos sobre a percepção dos cosplayers em relação à hospitalidade nos eventos.

Para analisar as entrevistas, foram criadas as unidades de análise. Após tal definição, faz-se necessária a definição das categorias, ou categorização, uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação seguida de um reagrupamento baseado em analogias, a partir de critérios definidos (PUGLISI; FRANCO, 2005). Para a elaboração de categorias, existem dois caminhos que podem ser seguidos: a *priori* ou a *posteriori*.

Quando realizada a *priori*, as categorias e seus respectivos indicadores são predeterminados em função da busca de uma resposta específica do investigador. Quando não definidas a *priori*, as categorias emergem da "fala", do discurso, do conteúdo das respostas, implicando constante ida e volta do material de análise à teoria (Puglisi & Franco, 2005). Nas categorias a *priori*, a tendência é levar a uma simplificação e a uma fragmentação muito grande do conteúdo manifesto. Além disso, o pesquisador, muitas vezes, se vê pressionado e induzido a imprimir uma das categorias na fala dos respondentes. Por outro lado, trabalhar com um sistema aberto (categorias criadas a *posteriori*) exige maior bagagem teórica do investigador, porém traz como vantagem implícita uma grande quantidade de dados novos e diversificados que podem surgir (PUGLISI; FRANCO, 2005).

Para a definição das categorias neste estudo, optou-se pelo sistema aberto, no qual elas são escolhidas durante o andamento da pesquisa, sendo totalmente flexíveis, pois

permitem alterações até se obter o resultado final (LAVILLE; DIONNE, 1999). A análise de conteúdo possibilita que uma leitura profunda das comunicações ocorra, indo além da leitura aparente.

De acordo com as orientações de Bardin (2009), a coleta de dados foi realizada a partir de quatro fontes de evidência: pesquisa bibliográfica, documental, entrevistas semiestruturadas e questionários. Para otimizar o processo de análise, utilizou-se o software Atlas.ti, um software para análise de dados qualitativos. É importante ressaltar que o Atlas.ti é uma ferramenta que auxilia o pesquisador no processo de organização da análise dos dados, mas o software não faz a análise por si próprio.

Todas as inferências e categorizações devem ser feitas pelo pesquisador, suportado por sua base teórica. “A eficiência do *software* está na interface entre a *expertise* humana e o processamento de dados do computador” (SILVA JUNIOR; LEÃO, 2018, p. 716). O software Atlas.ti é um recurso propício para o desenvolvimento de todas as etapas da análise de conteúdo (BARDIN, 2009), facilitando o trabalho do analista e contribuindo para o estabelecimento de relações que culminam no tratamento e inferência dos resultados.

RESULTADOS

As categorias identificadas nas respostas foram separadas em grupos de acordo com as palavras-chave encontradas na revisão de literatura e agrupadas de acordo com Bardin (2009).

Tabela 1 –Categorias e Intensidade

| Categoria | Frequência |
|------------------|-------------------|
| Cosplay | 10 |
| Cultura Geek | 15 |
| Fantasia | 6 |
| Feminino | 7 |
| Hospitalidade | 32 |
| Hostilidade | 17 |
| Inclusão | 11 |
| Pertencimento | 15 |
| Preconceito | 6 |
| Respeito | 10 |

Para analisar a tabela de co-ocorrência gerada pelo software Atals t.i., utilizou-se o valor da relação entre as categorias, sendo que, quanto maior e mais próximo de 1, mais forte a relação entre elas. Assim, percebe-se que a relação mais significativa é a das categorias hostilidade e feminino (0,26), o que pode ser verificado na fala da entrevistada 2: “muitos visitantes pedem para tirar foto com a gente; é preciso ter cuidado, pois muitos aproveitam para falar algumas palavras agressivas”; ou ainda na fala do entrevistado 4: “para as mulheres é muito mais complicado, alguns visitantes se aproveitam do momento de tirar foto para tentar algo”. A fala da entrevistada 6 também reforça esse resultado: “muitas vezes eu fico em dúvida da escolha do cosplay que vou usar; prefiro algum mais discreto para evitar ouvir piadas de mau gosto ou cantadas baratas”, principalmente se estiver sozinha no evento.

Na sequência, aparecem as categorias hospitalidade e pertencimento (0,21) e inclusão e hospitalidade (0,19). Isso pode ser identificado na fala do respondente 1, quando afirma: “a gente é muito bem recebido, desde a organização do evento, quando temos direito a descontos. Nestes eventos somos todos iguais, tiramos fotos com os convidados, temos espaço para suporte com os cosplays, para trocar de roupa. É como se estivéssemos em um universo paralelo”. Ou ainda na fala do entrevistado 8: “Somos muito bem recebidos, temos nosso momento de fama. É muito gratificante quando pedem para tirar foto com a gente. As pessoas são gentis e os eventos nos acolhem desde a chegada até o suporte durante o evento”. As outras relações relevantes foram cosplay e cultura geek (0,19), seguidas por fantasia e feminino (0,18).

Tabela 2 –Categorias de co-ocorrências

| | cosplay | cultura geek | fantasia | feminino | hospitalidade | hostilidade | inclusão | pertenciment | preconceito | respeito |
|---------------|----------|--------------|----------|----------|---------------|-------------|----------|--------------|-------------|----------|
| cosplay | | 4 - 0,19 | n/a | n/a | n/a | n/a | 1 - 0,05 | 1 - 0,04 | n/a | n/a |
| cultura geek | 4 - 0,19 | | 1 - 0,05 | n/a | n/a | 1 - 0,03 | n/a | 3 - 0,11 | n/a | n/a |
| fantasia | n/a | 1 - 0,05 | | 2 - 0,18 | n/a | 3 - 0,15 | n/a | n/a | n/a | n/a |
| feminino | n/a | n/a | 2 - 0,18 | | 1 - 0,03 | 5 - 0,26 | n/a | n/a | 1 - 0,08 | 2 - 0,13 |
| hospitalidade | n/a | n/a | n/a | 1 - 0,03 | | 1 - 0,02 | 7 - 0,19 | 8 - 0,21 | n/a | 4 - 0,11 |
| hostilidade | n/a | 1 - 0,03 | 3 - 0,15 | 5 - 0,26 | 1 - 0,02 | | 1 - 0,04 | 1 - 0,03 | 2 - 0,10 | 2 - 0,08 |
| inclusão | 1 - 0,05 | n/a | n/a | n/a | 7 - 0,19 | 1 - 0,04 | | 1 - 0,04 | 1 - 0,06 | 1 - 0,05 |
| pertencimento | 1 - 0,04 | 3 - 0,11 | n/a | n/a | 8 - 0,21 | 1 - 0,03 | 1 - 0,04 | | 1 - 0,05 | n/a |
| preconceito | n/a | n/a | n/a | 1 - 0,08 | n/a | 2 - 0,10 | 1 - 0,06 | 1 - 0,05 | | 1 - 0,07 |
| respeito | n/a | n/a | n/a | 2 - 0,13 | 4 - 0,11 | 2 - 0,08 | 1 - 0,05 | n/a | 1 - 0,07 | |

Participar de eventos de cosplay é uma forma de ser parte ativa da cultura pop e da comunidade geek. Por meio do cosplay, é possível se conectar com outras pessoas que compartilham seus interesses e descobrir novas séries, jogos e filmes para explorar. Essa sensação de pertencimento a um grupo pode ser muito poderosa e, para muitas pessoas, é um grande benefício do mundo do cosplay. O reconhecimento e os elogios ao cosplayer geram visibilidade e aprovação do grupo, acompanhados do sentimento de pertença.

No geral, participar de eventos de cosplay é uma experiência positiva, que oferece muitas oportunidades para criar, se divertir e fazer novas amizades – o que corrobora Moriconi (2014), que considera que esses momentos verdadeiramente marcam e trazem o sentimento de identidade ao ser humano. Esses momentos que dão sentido à vida das pessoas são aqueles que também vão constituir seu caráter, dignidade e personalidade.

Tendências modernas de interação comunitária decrescente e um sentido de sociedade em desvanecimento de pertencimento criaram lacunas que culturas como a geek são capazes de preencher, fornecendo um espaço para comunidade e aceitação (NAPIER, 2006). Abrams descreve "vestir-se" como uma atividade que permite aos indivíduos brincar com uma variedade de ideias e identidades por meio de seus próprios corpos, criando uma forma encarnada de se relacionar com o mundo. A atividade partilhada é um meio de ligação social e tem contribuído historicamente para um sentido de conectividade e comunidade.

A hospitalidade é um aspecto fundamental em qualquer evento e não seria diferente em eventos de cosplay. Nesse tipo de evento, os cosplayers se reúnem para compartilhar sua

paixão pela cultura geek, exibindo seus trajes e interagindo uns com os outros. Por isso, é importante que a hospitalidade esteja presente para garantir que todos se sintam bem-vindos e confortáveis.

Um dos principais pilares da hospitalidade em eventos de cosplay é a inclusão. É fundamental que todos os cosplayers, independentemente de sua idade, gênero ou habilidades, sintam-se incluídos e aceitos. Para isso, é possível adotar medidas como oferecer espaços seguros e acolhedores, nos quais eles possam interagir uns com os outros, sem receios ou julgamentos.

Outro elemento é o apoio e o respeito. Os cosplayers despendem muito tempo e esforço para criar seus trajes; por isso, é essencial que os participantes possam trocar ideias, feedbacks e críticas construtivas sem julgamentos. Além disso, é importante que sejam respeitadas as preferências culturais e de gênero dos cosplayers, para que todos possam se sentir confortáveis ao interagir.

A hospitalidade também está presente na organização do evento de cosplay. É importante que a equipe organizadora forneça mecanismos de proteção e segurança aos cosplayers, como a demarcação e o respeito aos espaços reservados para apresentações e fotografias. A hospitalidade em eventos de cosplay é essencial para criar um ambiente acolhedor e confortável, onde todos possam se divertir e compartilhar sua paixão pela cultura nerd. É importante ressaltar que a hospitalidade não é uma ideia fixa, mas um trabalho constante, que depende de cada pessoa envolvida para criar um ambiente hospitaleiro e inclusivo. Só assim os eventos de cosplay serão sempre lembrados pelo acolhimento, organização e diversão.

As entrevistas realizadas ajudaram a entender a visão dos cosplayers acerca da prática, revelando desde o encantamento pela possibilidade de ser outro, passando pela forma como o cosplay pode reafirmar e levar à reflexão de quem se é, até a motivação que se dá pelo desafio de criação e produção do cosplay em si. As falas também revelaram que a prática é uma forma de sociabilidade que permite encontrar outros cosplayers e fãs dos mesmos assuntos ou homenagear um personagem ou obra que se goste. Por vezes, as visões sobre o hobby se entrelaçavam de modo complexo e múltiplo, demonstrando a possibilidade de, por

exemplo, apreciar a possibilidade de alteridade que o cosplay permite ou, no que tange à produção, também ao buscar por fotos e aprovação do eu que usa o cosplay (NADAI, 2015).

Finalmente, a hostilidade em eventos de cosplay também pode ser alimentada por fandoms tóxicos e guerras de continuidade. Grupos de fãs que não concordam com determinada interpretação do personagem podem assediar os cosplayers com insultos e humilhações, o que pode levar a conflitos violentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo avaliar a relação de hospitalidade e hostilidade entre os cosplayers em eventos de cultura geek. Para isso, realizou-se uma pesquisa qualitativa com entrevistas semiestruturadas com quinze cosplayers que frequentam os principais eventos de cultura geek no Brasil. As respostas obtidas mostraram que o ambiente dos eventos é de muita hospitalidade para os frequentadores em geral e também para os cosplayers. A hospitalidade é percebida tanto nos aspectos da organização do evento quanto na acolhida por parte dos visitantes.

Com o crescimento exponencial da cultura cosplay, tem se tornado cada vez mais importante discutir a hospitalidade e a hostilidade que permeiam esse universo. Embora muitos cosplayers experimentem um senso de comunidade e camaradagem, outros são alvos de hostilidade e discriminação. Este artigo explora o mundo dos cosplayers, discutindo a cultura cosplay, a comunidade de cosplayers e as questões de inclusão e diversidade. O objetivo é abrir um diálogo sobre a importância de promover um ambiente mais saudável e respeitoso, para que cada um possa ter a oportunidade de expressar sua paixão pelo cosplay de forma acolhedora e inclusiva.

Assim como no estudo de Ashley (2012), este estudo mostrou que o cosplay é, de fato, uma forma viável e reconhecível de cultura participativa. A comunidade cosplay oferece incentivos para aqueles que compartilham a expressão criativa e participam ativamente. Engloba áreas como o reconhecimento e o apoio de outros membros da comunidade e o empoderamento pessoal proporcionado pelo ato de projetar. A cultura participativa proporciona muitos locais de aprendizagem, desenvolvimento de habilidades

para solução de problemas e interações. A adoção do cosplay como uma cultura participativa permitiria a crianças e adultos o acesso a benefícios sociais e a ambientes de aprendizagem muito necessários.

A cultura cosplay é uma comunidade vibrante que oferece a oportunidade de expressão criativa e formação de amizades duradouras. No entanto, também enfrenta desafios em relação à hostilidade e à discriminação. Ao reconhecer esses problemas e promover um ambiente mais inclusivo e acolhedor, podemos tornar o mundo cosplay um lugar melhor para todos. A desconstrução de estereótipos e preconceitos, juntamente com iniciativas para combater a hostilidade e a discriminação, são passos importantes para garantir que a cultura cosplay possa florescer como um ambiente saudável e respeitoso para todos os cosplayers, independentemente de sua aparência ou origem.

Trata-se de uma comunidade vibrante e diversa que deve ser acolhedora para todos. A hostilidade e a discriminação não têm lugar nesse universo. Todos os cosplayers merecem ser tratados com respeito e valorizados por sua arte e sua paixão. É importante que todos os envolvidos neste universo reflitam sobre a importância da convivência saudável e respeitosa na cultura cosplay. O respeito e a tolerância são fundamentais para garantir que todos os cosplayers se sintam seguros e bem-vindos.

Uma das principais formas de acolhimento é a conscientização e o combate ao assédio e à discriminação. Eventos de cosplay costumam ser ambientes de muita interação e fotografia, mas é importante que os participantes sejam respeitosos uns com os outros e que o evento tenha medidas de proteção e orientação para evitar situações desconfortáveis.

Aspectos de hostilidade encontram-se relacionados ao preconceito, à violência, à intolerância, à declaração de guerra e ao confronto com o outro, seja por divergências de interesses, seja por olhares distintos sobre uma mesma coisa. Não se pode falar em hospitalidade sem considerar a hostilidade, pois a primeira será sempre um desafio, além de uma opção a ser adotada pelo anfitrião.

Discutir a hospitalidade e a hostilidade no mundo cosplay é importante porque muitos cosplayers enfrentam discriminação e hostilidade. É essencial criar um ambiente mais inclusivo e acolhedor para que todos possam se expressar livremente e desfrutar da comunidade cosplay de maneira saudável e respeitosa.

Em conclusão, eventos de cosplay são para celebrar a cultura pop e as personagens que amamos. Infelizmente, a hostilidade pode transformar esses eventos em espaços tóxicos e perigosos. O acolhimento em eventos de cosplay é um fator-chave para garantir a inclusão e a diversidade na comunidade cosplay. Isso exige um compromisso constante dos organizadores, participantes e patrocinadores para criar um ambiente seguro e inclusivo que celebre a criatividade, a diversidade e o respeito mútuo. Com essa abordagem, os eventos de cosplay podem ser espaços ainda mais incríveis e impactantes para todos os participantes.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, A.; DUARTE, R. A subcultura cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline. In: BORELLI, S. H. S.; FREIRE FILHO, J. (orgs.). *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC, 2008. p. 269-288.
- ASHFORTH, B. E.; MAEL, F. Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, n. 14, v. 1, p. 20-39, 1989.
- BAITELLO JUNIOR, N. O inóspito: uma pequena arqueologia do conceito de espaço no pensamento de Vilém Flusser. *Flusser Studies*, 2013.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Edição revista e actualizada. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BORELLI, S. H. S.; FREIRE FILHO, J. *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC, 2008.
- BROTHERTON, B.; WOOD, R. Hospitalidade e administração da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (orgs.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado*. São Paulo: Manole, 2004.
- CAMARGO, L. O. L. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.
- COELHO JUNIOR, L. L.; SILVA, S. S. Cosplayers como fenômeno psicossocial: do reflexo da cultura de massa ao desejo de ser herói. *Journal of Human Growth and Development*, v. 17, n. 1, p. 64-75, 2007.
- CORACINI, M. J. Transdisciplinaridade e análise de discurso: migrantes em situação de rua. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, v. 11, n. 1, p. 91-112, 2010.
- COZENS, H. (Prod.). *Almost famous: Cult to culture* [Documentary Film]. Japan: Vertigo Films/Channel News, 27 set. 2009.

CROSS, T. L. Nerds and geeks: society's evolving stereotypes of our students with gifts and talents. *Gifted Child Today*, v. 28, n. 4, p. 26-65, 2005.

DERRIDA, J.; DUFOURMANTELLE, A. *De l'hospitalité: Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre*. Paris: Calmann-Lévy, 2014.

FERREIRA, V. S. Ondas, cenas e microculturas juvenis. *PLURAL: Revista do Programa de Pós-Graduação*, v. 15, p. 99-128, 2008.

GUIMARÃES, G.; CAMARGO, L. Formas de avaliar a capacidade de ser hospitaleiro por meio das preferências comportamentais e da empatia. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, v. 1, n. 27/28, p. 123-132, 2018.

HEMMINGTON, N. From service to experience: Understanding and defining the hospitality business. *The Service Industries Journal*, v. 27, n. 6, p. 747-755, 2007.

KEARNEY, R. Hospitality: Possible or impossible? *Hospitality & Society*, v. 5, n. 2-3, p. 173-184, 2015.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manoele, 2004.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. *A construção do saber*. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LOTECKI, A. *Cosplay culture: The development of interactive and living art through play*. 2012. Unpublished master's thesis. Ryerson University, Toronto, Ontario, 2012.

LUGOSI, P. Hospitality spaces, hospitable moments: Consumer encounters and affective experiences in commercial settings. *Journal of Foodservice*, v. 19, n. 2, p. 139-149, 2008.

MCALEXANDER, J. H.; SCHOUTEN, J.; KOENIG, H. F. Building Brand Community. *Journal of Marketing*, p. 38-54, 2002.

MCWILLIAN, G. Building Stronger Brands through On-line Communities. *Sloan Management Review*, v. 41, n. 3, p. 43-54, 2000.

MORETTI, S. A. Encontros de hospitalidade, experiência de consumo e relacionamento com clientes: proposta preliminar para sua integração. In: *Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, Natal, 2015.

MORICONI, L. V. *Pertencimento e Identidade*. 2014. 52 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura Plena em Pedagogia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014.



REVISTA BELAS ARTES

Volume 41, Número 1

Janeiro - Abril / 2023

ISSN: 2176-6479

NADAI, Camila. *A exibição de si mesmo como outro: uma análise do cosplay no Facebook*. 2015.

NAPIER, S. J. The world of anime fandom in America. In: LUNNING, F. (ed.), *Mechademia 1: Emerging worlds of anime and manga*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006. p. 47-63.

PUGLISI, M. L.; FRANCO, B. *Análise de conteúdo*. Brasília: Liber Livros, 2005.

SILVA JUNIOR, L. A.; LEÃO, M. B. C. O software Atlas. ti como recurso para a análise de conteúdo: analisando a robótica no Ensino de Ciências em teses brasileiras. *Ciência & Educação*, v. 24, n. 3, p. 715-728, 2018.

SCHOUTEN, J. W.; MCALEXANDER, J. H. Subcultures of Consumption: An Etnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research*, v. 22, p. 43-60, 1995.

WINGE, T. Costuming the imagination: Origins of anime and manga cosplay. In: LUNNING, F. (ed.). *Mechademia 1: Emerging worlds of anime and manga*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006. p. 65-76.