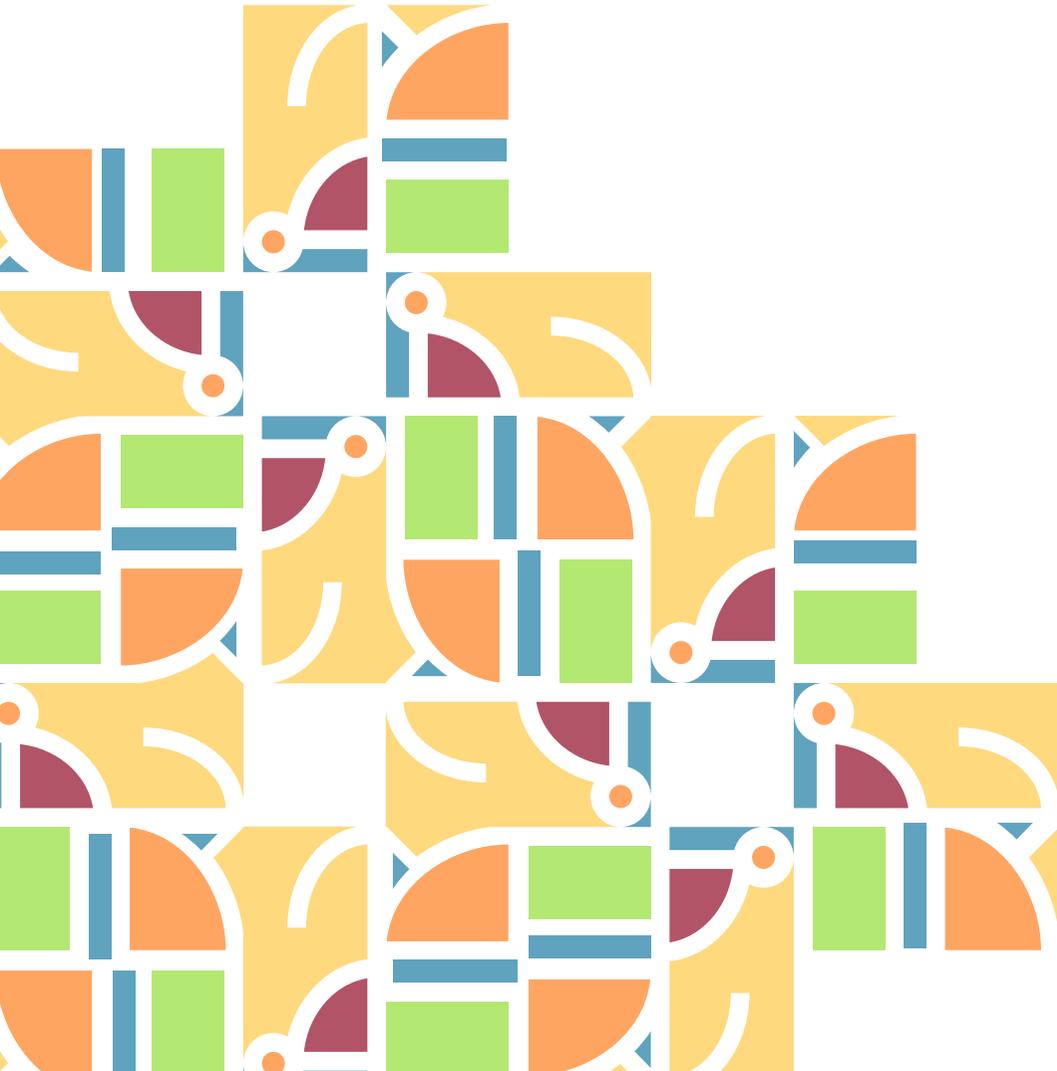




Proyecto de promoción del cosplay
y sus beneficios

Trabajo de Fin de Grado.
Memoria de Proyecto.

Aday Bethencourt Zamora



Cosplace. Proyecto de promoción del cosplay y sus beneficios

Alumno

Aday Bethencourt Zamora

Tutor académico

Dr. Francisco Javier Torres Franquis

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Diseño

Facultad de Bellas Artes

Universidad de La Laguna

Curso académico 2021-2022

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial de los textos o imágenes de este documento sin la autorización previa y por escrito de los autores.

Agradecimientos

Uno de los motivos por el que el cosplay tiene el éxito que tiene es debido al sentimiento de comunidad que promueve; es por este mismo motivo que existe la necesidad de agradecer a todas aquellas personas que, habiendo aportado lo mínimo, han hecho posible llegar a este punto.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mi tutor, el Dr. Francisco Javier Torres Franquis, por haber confiado desde el primer momento con la idea que le planteaba así como por los conocimientos, aportaciones y correcciones que me ha transmitido, no solo en este trabajo, sino a lo largo de toda la carrera.

A mis amistades, quienes me han apoyado, escuchado y dado su opinión cuando lo necesitaba. Estos son Alejandro Hernández Pérez, Nathalié González Sacramento, Yaiza González Carballo, Vanessa Moreno Pérez, Carlos Bueno Calzadilla, Eduardo Salvador Rivero González, David Bacallado Rivero, Yadiyadiara Ara González, Carmen González González, Claudia Sosa Gutierrez, Crisol Rodríguez Medina y Verónica Martín Garrido. De este grupo, especial mención a Natalia Garcés Suárez, por su disposición como lectora beta; a Yanira Vera Hernández, por confiar en mí para llevar su chaleco; a Adrián Trujillo Marrero, por su ayuda con los términos en japonés; y a Manuel Rodríguez Marante, por su ayuda como fotógrafo del cosplay.

Agradecer también a mi familia, en especial a Loreto María González Zamora, Carmen Dolores Bethencourt Delgado, y, sobre todo, a mi madre, por prestar sus conocimientos y entender mi visión.

Por supuesto, tengo que agradecer al mismo tiempo a todas esas personas, sobre todo los coplayers, que se pararon a escucharme, a conversar, a dar ánimos, y a aportar incluso la más pequeña de las piezas que se recogen en este trabajo,

Pero, sin duda, me gustaría agradecer a mi compañera, y ante todo amiga, Andrea Socas Sánchez, quién ha estado ahí para todo y más, y que ha confiado en mí incluso cuando yo dudaba de mi mismo.

Resumen y palabras claves

El cosplay es una actividad cuya definición puede resultar bastante ambigua, sin embargo, no cabe duda de que goza de una creciente popularidad. A pesar de que las razones de esto pueden ser variadas y diversas, es innegable que su ejecución trae consigo una serie de beneficios a nivel personal, como la mejora de la autoestima, la autorrealización y la evasión de la realidad. Asimismo, también parece posicionarse a favor de cuestiones socio-ambientales beneficiarias a la sociedad.

Pero, también es cierto que gran parte de la filosofía promovida desde esta subcultura, entra en consonancia con cuestiones que, a priori, se relacionan con los intereses del trabajo manual.

Es por esto que este proyecto plantea la búsqueda de un vínculo entre esta subcultura, rica en matices aparentemente beneficiosos, y el campo del diseño, que dispone de las herramientas y mecanismos necesarios no solo para promocionar la práctica, sino para hacer llegar estos mensajes a un mayor número de personas. Del mismo modo, se pretende aprovechar con el diseño una oportunidad clara que ofrece el panorama en el que se encuentra el cosplay.

Palabras claves:

Cosplay

Identidad corporativa

Caracterización

Diseño de personaje

Abstract and keywords

Cosplay is an activity whose definition can become quite ambiguous. However, there is no doubt in the fact that it delights in increasing popularity. Even though the reasons behind this may come from a great variety, it is undoubtedly that with its execution, a vast range of personal benefits are brought, such as an improvement in the self-esteem improvement, self-fulfillment, and an evasion from reality. In the same way, it also seems to take a stance in favour of social-environmental issues that are beneficial to society.

But, at the same time, it is true that part of the philosophy promoted by this subculture, beforehand, reverberates with handcraft matters.

This is the reason why this project considers the research for a nexus between this subculture, rich in, apparently, beneficial aspects; and the field of design, which has the needed tools and procedures not only to promote it, but also to deliver those messages to a greater number of people. Likewise, it is intended by design to take advantage of a clear opportunity from the difficulties brought by the proper practice of cosplay.

Keywords:

Cosplay

Corporate identity

Characterization

Character design

Agradecimientos	3
Resumen y palabras claves	4
Abstract and keywords	5
Planificación	9

Introducción	11
Objetivo	12
Metodología	13

Introducción 11

Investigación primaria	17
Orígenes e historia del cosplay	18
Razones	22
Inspiración	23
Elección del personaje	25
Disfraz	26
Role play	29
Cuerpo y apariencia	30
Diseño y creación del traje	32
Relaciones del cosplay	34
Ritualidad del cosplay	47
Variantes del cosplay	48
Problemática del cosplay	60
Investigación específica	65
Salida de campo	66
Encuestas	68
Conversación con cosplayer	69
Conclusiones de la investigación	70

Investigación 15

Ideación 73

Briefing	76
Cronograma	78

Desarrollo 79

Identidad	83
Naming	84
Cosplace	84
Gráfica	86
Propuesta final	88
Manual	89
Patrones	90
Señalética	91
Mascota	93
Animación	100
Storyboard	102
Vídeo	103
Guía-kit	105
Cosplay	109
Volcarona	111
Descripción Pokédex	112
Conclusiones investigación	112
Realización	113
Sesión fotográfica	116
Conclusiones del cosplay	121
Promoción	123

Conclusión 135

Anexos 139

Referencias 295

Introducción

Normalmente, la presencia de un disfraz se tiende a asociar en primera instancia a un ambiente jovial, divertido y alegre. Actuando, en ocasiones, como prendas y accesorios sin complejidad ni importancia para momentos puntuales a lo largo del año. Aunque para la mayoría de las personas un disfraz actúa tan solo como una excusa jarañera, diversos estudios aluden las repercusiones personales que puede tener cualquier tipo de enmascaramiento.

Para la práctica del cosplay, el disfraz es un componente esencial, tanto que muchas personas que lo practican prefieren elaborarlo por su cuenta. Sin embargo, a pesar de lo llamativo que puede suponer esta peculiaridad, es necesario prestar atención a otros elementos para un correcto comprensión. Si se mira de la forma correcta, se puede llegar a descubrir una comunidad diversa, con múltiples beneficios de un gran impacto personal a nivel psicológico.

Gracias a sus orígenes, razones, planteamientos, ideales e intereses, el cosplay cuenta con un gran nivel de maleabilidad y adaptabilidad que lo hacen idóneo para considerarlo un pequeño paradigma experimental de lo que, de forma idílica, se podría extrapolar hacia diversos ámbitos de la vida,

Desde esta perspectiva, la disciplina del diseño es capaz de encontrar diversas oportunidades con las que trabajar para promover las distintas filosofías proactivas y socio-humanitarias que se aglutinan bajo el nombre del cosplay. De la misma forma, a pesar de la cercana relación existente entre esta particular comunidad y planteamientos próximos a una labor manual no es impedimento para que el diseño disponga de un marco dónde actuar, ayudando de esta manera a la proliferación.

Este proyecto, por lo tanto, tiene la intención, no solo de buscar ese punto de vinculación, sino también comenzar el debido desarrollo, a través de la herramienta central que es el diseño, de distintos mecanismos, utensilios y materiales que servirán para entender y promover el cosplay y todo lo que esto supone

Objetivos

A la hora de plantear unos objetivos desde una perspectiva de diseño, puede darse el caso de disponer, de forma aparente, una gran cantidad. No obstante, la verdadera cuestión en este caso es saber exactamente a cual priorizar, y por lo tanto atender. Haciendo esto, se pueden definir unos objetivos generales. Una vez establecidos, estos pueden servir como generadores de otros específicos que doten al proyecto de un rumbo lógico, permitiendo ejecutar y completar las distintas acciones que se planteen. En este caso son:

Objetivos generales

- Dar a conocer y profundizar los distintos aspectos que conforman la subcultura dedicada al cosplay.
- Demostrar la adquisición de las competencias que se obtienen a lo largo de la carrera.

Objetivos específicos

- Realización de una propuesta, a nivel gráfico, de un espacio colaborativo dedicado al cosplay.
- Desarrollo de las distintas aplicaciones, así como el desarrollo de un manual de identidad acorde que permita articular los distintos elementos que se generen para este espacio.
- Creación de una mascota que ayude a transmitir los principios pertinentes.
- Realización de, al menos, una guía que sirva como referente para quienes se quieran iniciar en la práctica, y que a su vez contendrá un pequeño muestrario de materiales o elementos que pueden ser útiles.
- Realización de un cosplay, o al menos algún elemento del mismo, de forma ejemplificadora sobre lo que se puede llegar a hacer en la empresa.

Metodología

Para acotar debidamente este proyecto, y otros de similar índole, se hace necesario el empleo de una metodología planificada, dividida por fases, que ayude a establecer cierto orden. Disponiendo, de esta forma, de una organización que contribuye a su ejecución.

Fase de planteamiento

La primera fase de todas debe ser la planificación. En la que no solo se realiza una propuesta de la temática a desarrollar, sino que además se plantean unos objetivos generales por alcanzar; los cuales se ven reforzados, a su vez, por otros específicos, que permiten profundizar y expandir los límites del motivo central del proyecto.

Fase de investigación

En esta segunda fase, se pretende realizar un estudio detallado siguiendo la temática escogida. Este estudio no solo cuenta con la consulta de bibliografía, artículos y material videográfico especializado; sino que también recoge y analiza la información obtenida a través de la asistencia a eventos de ámbitos local y la realización de encuestas a personas vinculadas al mismo mundo. De esta forma, por lo tanto, se permite detectar posibles necesidades y oportunidades

Fase de ideación

Tras recabar y analizar la información obtenida en la fase anterior, se procede a identificar y seleccionar aquellas oportunidades que pueden proporcionar una vía interesante a desarrollar a través de la disciplina del diseño. Al mismo tiempo, se aprovecha para revisar y concretar la organización que permite alcanzar los objetivos en tiempo y forma.

Fase de desarrollo

Esta última fase coincide con ser la más llamativa, ya que se realizan los distintos elementos que se han proyectado en las fases anteriores, actuando como la punta del iceberg. En este caso, se ha realizado, con una ejecución similar, la identidad corporativa de un espacio colaborativo y su correspondiente manual; una mascota corporativa; unas guías acompañadas de un pequeño kit con materiales para su experimentación; y un cosplay a modo de ejemplo de lo que se puede hacer en este espacio.

Investigación primaria

La investigación primaria se ha articulado alrededor de la idea de recopilar, entender y comunicar aquellos parámetros que sirven para explicar qué es el cosplay y cómo se relaciona con distintos ámbitos. Por lo tanto, tras la consulta de bibliografía, artículos y material videográfico especializado, se expondrán, en las siguientes páginas, los distintos apartados que ayudarán a comprender y profundizar acerca del cosplay, lo que puede implicar esta práctica, e incluso adivinar cómo puede afectar como subcultura. Estos apartados son la historia y orígenes de la práctica, el proceso a la hora de realizar un cosplay, las relaciones que mantiene, la problemática y unas breves tipologías.

Pero, también es necesario aclarar que establecer y definir con propiedad qué es el cosplay puede resultar una tarea complicada. A priori, puede parecer que es simplemente disfrazarse de un personaje perteneciente a la ficción. Aunque este planteamiento no es del todo desacertado, carece de un elemento que termine de dotarlo de su pleno significado. Dentro de la gran cantidad de información que se puede encontrar, especialmente en la web, acerca del cosplay, destacan aquellos autores que han proporcionado definiciones más completas.

Lamerich (2011) sugiere que el cosplay está compuesto de “una narrativa, un conjunto de ropas, una actuación o performance delante de espectadores, y un sujeto o actor.”¹ (p. 2) A lo que posteriormente Winge (2019), además de separar actuación y espectadores, añade aquellas actividades previas y posteriores en las que el cosplayer se prepara y descomprime de su actuación.

“El cosplay consiste en la representación física más leal posible de un personaje ficticio, teniendo un enfoque cultural específico que hace normalmente referencia a la cultura audiovisual actual [...] Estas dramatizaciones han de incluir habilidades como la imitación del habla del personaje, la memorización y representación de algunas escenas de las series anime, videojuegos o películas en las que surge el personaje”. (Alain, 2015, p. 10)

Por lo que se puede comprobar que el cosplay no solo involucra un disfraz, sino que es una manifestación de expresión no verbal que pretende llevar a la realidad un personaje de ficción; sirviéndose para esto de la realización de un disfraz y su correspondiente caracterización intentando, de esta forma, lograr cierta autenticidad. Esto logra demostrar no solo creatividad, inventiva e ingenio, sino también engloba la pasión y fantasía de una persona.

¹ Traducción propia. Cita original: “a narrative, a set of clothing, a play or performance before spectators, and a subject or player.” (Lamerich, 2011, p. 2)

Orígenes e historia del cosplay

A pesar de la creciente popularidad a nivel global que disfruta la práctica del cosplay, parece no haber consenso sobre sus comienzos; encontrándose, de este modo, dos grandes corrientes de pensamiento respecto a su lugar de origen. La primera, y posiblemente más extendida, valora a Japón como enclave donde surge, debido principalmente a la vinculación simbiótica e intrínseca que se ha formado entre el fenómeno del cosplay y el mundo del manga y del anime. En el lado contrario, se establece a Estados Unidos como promotor del cosplay debido a la tradición de convenciones de ciencia ficción que se dan dentro de sus fronteras.

Sin embargo, la realidad es que el surgimiento del fenómeno ocurre de manera recíproca entre ambas naciones; a lo que se le ha de sumar también el surgimiento y uso del Internet. Aunque, a su vez, hay que tener en cuenta que el empleo de disfraces, o atuendos de temporalidad efímera, y la labor de caracterización no son exclusivos de estas regiones, sino que es inherente a la historia de la humanidad, independientemente de si posee un fin religioso, artístico, lúdico o cualquier otro.

De hecho, un ejemplo llamativo de esto, y que a la vez se podría considerar como un precursor remoto de lo que sería el cosplay a día de hoy, es una mascarada organizada por el mismo Julio Verne en su lugar de residencia en 1877; en la cual los asistentes debían de ir caracterizados como algún personaje de las obras del autor (Unwin, 2005, p. 225).

Posteriormente, se originan y popularizan por Reino Unido y Estados Unidos las convenciones de ciencia ficción. Estos eventos reunían a autores y fanáticos de la literatura de este género. A pesar de esto, no eran concentraciones concurridas ni poseían de un componente atractivo para la prensa del momento.

Fue en 1908 cuando se registra por primera vez, a través de una breve entrada en los periódicos, la asistencia a una convención por parte de una pareja de fanáticos

vestidos de forma reminiscente a los personajes Mr. Skygack y Miss Dillpickles de *Mr. Skygack, from Mars* (1907 - 1940), del humorista gráfico A. D. Condo (1872-1956).

Pero hubo que esperar hasta 1939 para la primera documentación fotográfica. En este caso, fue la pareja formada por Myrtle R. Douglas (1904-1964), conocida como Morrojo, y Forrest J. Ackerman (1916-2008), quienes asistieron a la *Primera Convención de Ciencia Ficción Mundial*, más adelante denominada *Worldcon*.

Fueron vestidos en lo que denominaron *futuristicostumes*, unas ropas diseñadas y creadas por la propia Morrojo; y que, a su vez, estaban inspirados en la película *La vida futura* (*Things to Come*, 1936) de H. G. Wells (1866-1948) y en el arte de Frank R. Paul (1884-1963) para las revistas del género Pulp de ciencia ficción, caracterizadas por emplear un formato de historieta breve e ilustrado y un soporte de bajo costo sacado de la pulpa de la madera, de ahí su nombre.

La pareja no solo consiguió llamar la atención en ese evento por varias razones, sino que, gracias a la publicación de la fotografía, dieron un gran impulso a la acción de vestirse significativamente para la asistencia de estos actos. Tal fue el estímulo que al año siguiente, en 1940, la *Worldcon* incluyó por primera vez una mascarada con premios, manteniéndose en los años sucesivos, en los cuales se empezaría a desarrollar las normas de conducta más comunes en estos eventos.

Estas acciones fueron, por lo tanto, consolidándose en un movimiento propio con una popularidad continuada y creciente; acentuándose intensamente en momentos que se han incorporado a la cultura popular y se han convertido en referentes de la denominada cultura friki, como puede suponer el estreno de las franquicias de *Star Trek* (1966) y *Star Wars* (1977).

Paralelamente, en la década de 1970, surgía en Tokio eventos que servían como lugar de compra y venta de *dō-*



Fig. 1. Persona vestida como Mr. Skygack, de la historieta Mr. Skygack from Mars (1907 -1940) del humorista A. D. Condo.



Fig. 2. (Izq.) Morojo (der.) y Forrest J. Ackerman (izq.) vestidos con los *futuristicostumes* en la Worldcon de 1939.

Fig. 3. (Der.) *La vida futura* (*Things to Come*, 1936) de H. G. Wells.

jinshi (同人誌), publicaciones al estilo fanzine originalmente. Casi desde el comienzo, los asistentes solían asistir con disfraces, tanto los autores, llamando, de esta forma, la atención de posibles compradores; como el público, quienes empleaban esta manera de vestirse para demostrar afecto a algún personaje que les hubiera gustado.

Una década después, en 1980, el evento conocido como *Comic Market* o *Comiket*, que había empezado a organizarse en 1975, se consolida como referente en el mercado de *dojinshi* y todas aquellas prácticas que se daban de forma simultánea en los eventos. Además, se aprovechaba la popularidad que el mundo del manga y el anime estaba experimentando por parte de la juventud nipona para establecer una relación simbiótica de crecimiento mutuo.

Pero hubo que esperar hasta la siguiente década, junto a la popularidad de animes como *Sailor Moon* (1992-1997), para que se empezara a ver durante varios días una afluencia continua de asistentes caracterizados como personajes ficticios de distintos medios, y no como un suceso aislado más dentro de la programación del evento.

Como se puede apreciar, se fueron desarrollando gradualmente, de forma semejante en ambas regiones, una cierta subcultura que empleaba trajes y disfraces con el fin de caracterizarse como un personaje para la asistencia de eventos, hasta lo que hoy en día se denomina cosplay.

El propio término, que actúa como nexo entre las dos visiones del origen de la práctica, fue acuñado por Nobuyuki Takahashi (1957) de *Studio Hard* al escribir un artículo en la revista *My Anime* en 1984. En esta pieza periodística describe su asistencia a la *Worldcon* de 1983 y su asombro ante la elaboración y el colorido que se presentaban ante él en la convención. De vuelta a Japón, quería transmitir el verdadero espíritu de la práctica. Sin embargo, consideraba que las palabras que existían sonaban demasiado nobles y desactualizadas.

Mascarada, se traduce al japonés como baile de máscaras aristocrático; y *kasou* (仮装, disfrazarse), ya de por sí dispone de un tonto distintivo en la voz japonesa. Tras varios intentos de traducción, donde barajaba términos como

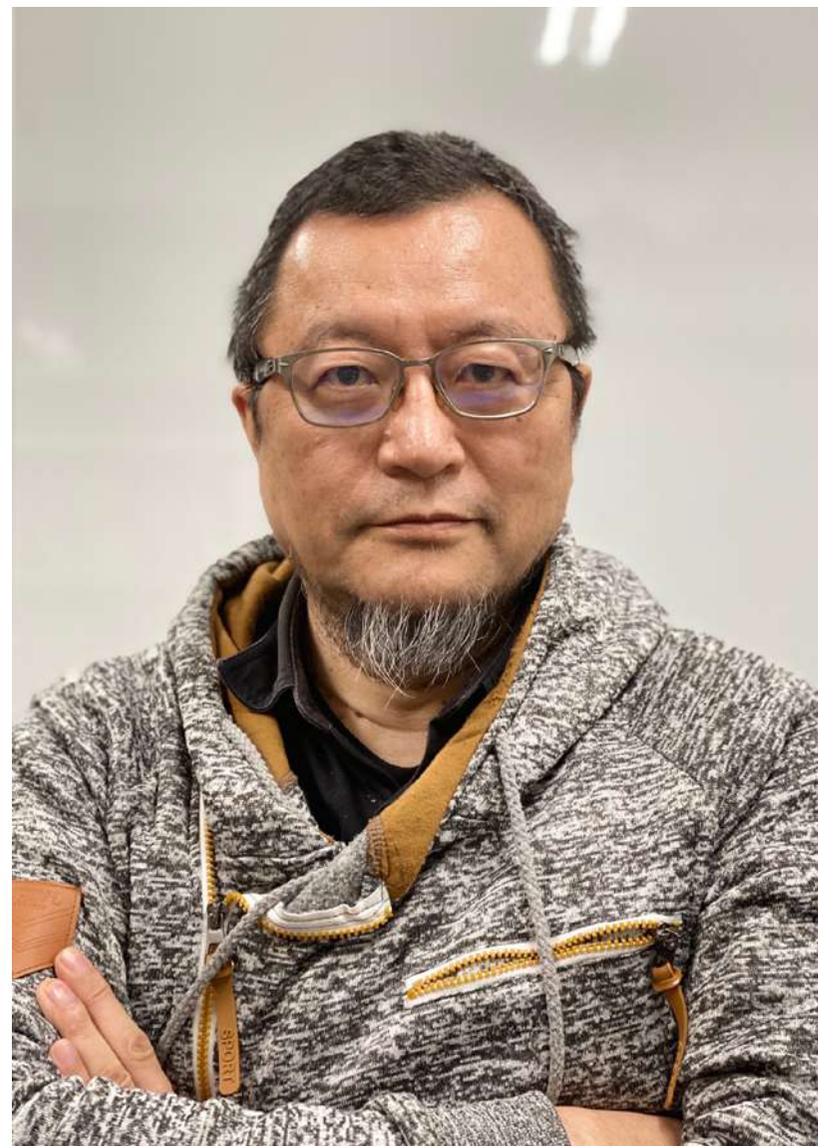


Fig. 4. Nobuyuki Takahashi (1957).

costume (disfraz en la voz inglesa) acabó creando *cosplay* (*kosupure*, コスプレ), un portmanteau de las palabras *costume* (*kosu*, コス) y *play* (*pure*, プレ). Aunque hubo que esperar hasta la década de los 90 para la extensión del uso.

A parte del término como nexo de unión entre las regiones, en 2003 surgió en la ciudad japonesa de Nagoya el *World Cosplay Summit*, un evento estilo concurso que busca la participación y colaboración, sobre todo la relación entre países, a través del cosplay. Originalmente participaron cuatro, pero en la actualidad existen más de una treintena de estados que llegan a enviar participantes. Al mismo tiempo, la mejora en las comunicaciones y el Internet han supuesto otro método de conexión con gran impacto debido a la capacidad de comunicación y autoaprendizaje, y la creación de espacios para la búsqueda de fuentes de inspiración, tutoriales o la compra-venta de productos y materias primas.

“En los primeros días del *hobby*, las instrucciones de elaboración y los tutoriales útiles eran muy raros de encontrar. Tanto materiales como herramientas aún tenían que ser descubiertos y las habilidades adquiridas. Cada nuevo proyecto generaba más dudas y requería de distintas habilidades.”² (Quindt, 2016b, p. 22)

Con estas palabras, Quindt logra poner en manifiesto la maleabilidad que tiene el cosplay, siendo una de las razones por la cual ha conseguido crecer, evolucionar, adaptarse rápidamente e incorporar continuamente novedades; permitiendo de esta forma convertirse en un fenómeno. Además, los crecientes gastos relacionados con el cosplay y todos aquellos medios (convenciones, fiestas, foros, revistas, etc.) que se generan para promoverlo corroboran su popularidad, y demuestra que aún existe espacio para proliferar.



Fig. 5. Público asistente a una de las primeras Comiket.

² Traducción propia. Cita original: “In the early days of the hobby, crafting instructions and useful tutorials were very hard to come by. Materials and tools first had to be discovered and skills had to be learned. Every new project raised further questions and required a different skill.” (Quindt, 2016b, p. 22)

Razones

Las razones por las que una persona puede decidir realizar un cosplay puede ser una decisión personalísima y tan variada como la propia gente que participa; sin embargo, se pueden distinguir ciertas pautas comunes.

Como argumenta Quindt (2016b, p. 21), “el cosplay es la forma más fuerte y pura de expresar tu amor por un fandom.”³ No es de extrañar, por lo tanto, que la demostración de afecto por un personaje en concreto, o por extensión a cualquier creación ficticia, se encuentre entre las razones más evidentes a simple vista. Este cariño que sirve de motivación, pudiendo llegar en casos extremos a devoción y obsesión, puede provenir de la autoidentificación con un personaje, bien por rasgos o atributos físicos como por su historia, desarrollo, metas y ambiciones que encarna. Reflejando de esta forma, y expandiendo a su vez, la personalidad percibida del autor y de un personaje.

Sin embargo, tras observar con más determinación, se pueden visualizar otras cuestiones más personales que superan el apego. Debido al alto componente de labor manual que supone el cosplay, no es de extrañar que otras de las razones sean la capacidad de autosuperación, y la adquisición de nuevas habilidades y metodologías de trabajo.

Tampoco hay que descartar la capacidad creativa plena que se acaba desarrollando. “En Hollywood, enormes equipos de diseño de trajes son responsables de caracterizar actores en las películas, mientras que un cosplayer es capaz de recrear por cuenta propia el mismo proyecto en una habitación mucho más pequeña, con menos herramientas profesionales.”⁴ (Quindt, 2016b p. 21) Por lo tanto, una persona para realizar un cosplay pasa por varias fases: selección de personaje, diseño del disfraz, solución de problemas, ejecución e incluso innovación. Asimismo, el posterior reconocimiento del personaje, o incluso la falta del mismo, sirve como otra razón adicional y motivación de cara a un futuro.

Además, un añadido colateral que han encontrado los cosplayer es la construcción y el sentimiento de perte-

nencia de una subcultura, tanto *online* como física, que basa sus principios en la comunicación, la aceptación, el apoyo y la cooperación. Esto es debido al poco conocimiento que había en sus orígenes, por lo que cualquier logro y descubrimiento era celebrado y compartido para facilitar la labor a los demás, logrando de esta forma experiencias positivas.

Por último, el empleo de disfraces o de vestimentas específicas siempre ha servido como mecanismo de alineación de la personalidad; por lo que el cosplay puede traer consigo el beneficio del escapismo de la vida real y de la rutina hacia situaciones fantásticas.

³ Traducción propia. Cita original: “Cosplay is the strongest and purest way to express your love for a fandom.” (Quindt, 2016, p.21)

⁴ Traducción propia. Cita original: “In Hollywood, huge costume design teams are responsible for dressing up the actors for movies, while a cosplayer is able to re-create the same project in a much smaller room with fewer professional tools and all by himself.” (Quindt, 2016b p. 21)

Inspiración



Al igual que en otros ámbitos de la vida, la inspiración a la hora de realizar un cosplay puede provenir de fuentes muy diversas. Las más comunes son aquellas que tienen la capacidad de aportar una gran cantidad de referencias gráficas, ya que facilitan la recreación de dicha ficción en la realidad. Estos son los medios audiovisuales, es decir, la televisión, el cine, y en especial los videojuegos y el anime.

En una cantidad relativamente menor, pero que también gozan de popularidad a la hora de buscar inspiración se encuentran los medios literarios como el manga, el cómic y la novela gráfica; y, más raramente, las creaciones de *fanart* y similares. Por último, se pueden recoger aquellos medios que no disponen de un componente gráfico, como pueden ser las novelas, o incluso podcasts y parecidos.

Pero también hay ejemplos muy excepcionales, e incluso personalísimos, a la hora de encontrar inspiración para la realización de un cosplay. Desde los comienzos de la

práctica se han dado casos de caracterizarse como personajes originales, también conocidos como OC⁵. La combinación de dos o más personajes, independientemente de su fuente de origen, también supone una singularidad a la hora de inspirarse.

Finalmente, la inspiración puede provenir de ocasiones muy significativas que ganan vida propia, como puede ser el caso de Sailor Bubba, nombre que recibe el personaje creado después de que un hombre de gran tamaño y con barba atendiera a la convención *Anime Central* de 1999 vestido como Sailor Moon.

Por supuesto, cada medio de inspiración acarrea una serie de ventajas, pero también problemas que solven-

⁵ OC es la abreviatura del término en voz inglesa *Original Character*, cuya traducción es personaje original.

Fig. 6. Distintos cosplayers caracterizados de personajes de distintos medios.

tar. Aquellos medios como los videojuegos, que pueden proporcionar gran cantidad de material de referencias, pudiendo llegar incluso a modelos en espacios tridimensionales, se vuelven muy llamativos; sin embargo, como cuentan como parte desfavorable la gran cantidad de detalle que puede existir en el material original; o en su defecto, la consideración personal de cuánta precisión y exactitud se está intentando lograr.

Otro medio cada vez más llamativo recientemente son los mundos del anime y del manga. Estos aportan personajes muy dinámicos, con tonos vibrantes, detalles y ricas personalidades tridimensionales en contextos muy imaginativos. A pesar de la plenitud con la que se puede llegar a presentar un personaje, tanto en apariencia como en actitud, es aquí precisamente donde radica la complejidad de realizar un cosplay de estos medios.

Además, igual que ocurre con otros medios bidimensionales o puramente textuales, existe una pequeña barrera por solventar cuando se adapta un personaje a la tridimensional. Sin embargo, esto proporciona un margen que también puede ser considerado una fortaleza, ya que hay espacio para el desarrollo, así como para un mayor acercamiento al personaje en cuestión a través de los *headcanon*⁶. Similar a lo que ocurre con personajes en los que el conocimiento acerca de ellos y de su historia es limitado, o en el peor de los casos, controversial.

En el caso de los *OC* y los *mash-ups*, el mayor problema que suponen es precisamente el limitado número, por no decir inexistente, que serían capaces de realizar un reconocimiento del mismo. Pero esto aporta una tremenda libertad para su realización, así como la habilidad de extender la vida del mismo a la realidad, o el desarrollo de la propia personalidad a través del personaje.

⁶ El término inglés *Headcanon* generalmente se refiere a las ideas y planteamientos que sugieren y comportan los fans, acerca de una pieza de ficción, diferenciándose, o incluso contradiciendo, a lo canónico, es decir el contenido creado por el autor. No suelen estar respaldadas por fuentes oficiales.



Fig. 7. Personaje popular Sailor Bubba.

Elección del personaje

La elección de un personaje no solo es una fase importante de todo el proceso, sino que además es la primera. Siguiendo la filosofía del cosplay, *a priori* no debería de haber limitaciones étnicas, raciales, espirituales, geográficas, físicas o de género para la realización de un cosplay, ya que, como se ha mencionado anteriormente, puede darse por identificación personal, parecido físico, o una búsqueda de reto personal. Como menciona Winge (2019):

“Ni ninguna persona tiene la propiedad de representación sobre un personaje en específico, ni es el cosplayer regulado por el fandom para representar ningún personaje de un género específico. Estableciendo los géneros de los personajes provee al lector un entendimiento más profundo para la subcultura del cosplay, y cómo los mismos personajes contribuyen a la diversidad de la subcultura al mismo tiempo que reflejan temas culturales comunes.”⁷ (p. 23)

No obstante, son estas cuestiones las que generan debates y críticas debido a varios debates morales abiertos en la actualidad que serán mencionados más adelante.

La única excepción sobre la titularidad de un personaje radica en los personajes originales. De hecho, fue este mismo uno de los orígenes del cosplay en el ámbito nipón, en el que se empleaba el rol como atractivo y medio de atracción de la clientela para intentar aumentar las ventas.

También hay que tener en cuenta la popularidad e iconicidad que puede tener un personaje. Hay ciertas figuras que son llevadas a la realidad de forma rutinaria en las convenciones debido a que gozan de tal fama que se han desligado parcialmente de su fuente de origen; otras son especialmente frecuentes tras estrenos de grandes películas o durante la emisión de temporadas de series. En estos casos hay que tener en cuenta que la atención recaerá sobre aquellos cosplay que se consideren que están mejor ejecutados o tienen un gran componente de originalidad.

Por el contrario existen personajes menos conocidos, o que todavía no han sido realizados. Estos, a pesar que

su reconocimiento no es tan amplio como en los casos mencionados previamente, si permiten más libertad durante su elaboración y a nivel de acabados. En cualquier caso, cada cosplay que se hace de un personaje, no solo agranda y promueve la cultura, sino que lo infundiona con nuevos resultados y estímulos.

Independientemente, la elección, y su posterior ejecución, es una decisión activa que desencadenará la construcción de una realidad que crea, refleja y expande tanto el ego como el alter ego. Contrario a lo que se puede pensar, esta decisión no nace de la racionalidad, sino que surge primordialmente de la emoción. Es el sentimiento intenso hacia un personaje, y el hecho de querer ser alguien que no se es realmente, lo que conlleva a un proceso minucioso de investigación.

A su vez, esta fase de análisis y atención al detalle, no solo permite realizar posteriormente una representación y entendimiento lo más fiel y precisa posible; sino que la recabación de información pone en manifiesto una expansión de lo conocido, asegurando así longevidad del personaje, y por consiguiente del *fandom* y de la subcultura.

⁷ Traducción propia. Cita original: “No single person has exclusive ownership portrayal over a specific character, nor is a Cosplayer regulated by the fandom to portray any single (or multiple) character(s) from a specific genre. Establishing the character genres provides the reader with a deeper understanding for the Cosplay subculture and how the characters contribute to the diversity of the subculture while also reflecting common popular culture themes.” (Winge, 2019, p. 23)

Disfraz

El disfraz, entendido como el compendio de ropa, maquillaje, peluca o peinados, prótesis, accesorios o *props*, es la pieza clave de la práctica, ya que es necesaria para la correcta realización de un personaje. A priori, ni siquiera sería necesario incorporar hasta el más minucioso de los detalles, ya que, como comentan Horvarth, Hoge y Cameron “Cuando se le preguntó, ¿qué es lo que compone un buen disfraz? la respuesta rápida de Tanisa Fatchett fue que tenía que ser inmediatamente obvio que es lo que el portador se suponía que era.”⁸ (2016, p. 16)

Aunque el criterio que determina si un disfraz es bueno o malo difiere desde la perspectiva desde la que se está mirando. Desde un punto de vista interno, el esfuerzo y la experiencia son recompensados dentro de la práctica; mientras que externamente la perfección y la capacidad de entretenimiento es lo que logra destacar. Aun así, los participantes de la comunidad pueden evaluar duramente los disfraces de una pobre calidad o aquellos que no dispongan de los elementos significativos, sobre todo en los cosplayers más experimentados.

Desde los propios orígenes, sigue existiendo una predilección por su realización manual, sirviendo incluso como aspecto diferenciador de la experiencia, prestigio dentro de la subcultura, y nivel de entendimiento por el personaje. Es por esto mismo que cada apariencia desarrollada requiere de una gran esfuerzo por parte del cosplayer; tanto económica, temporal y físicamente. El costo total, por lo tanto, es difícil de establecer. Si bien es cierto que hay elementos calculables, como pueden ser los materiales; hay otros tantos, como las horas de investigación previa, las de trabajo, las de práctica y ejecución, que dificultan una correcta valorización. A lo que se le puede sumar además el apego que se genera.

⁸ Traducción propia. Cita original: “When asked, “What makes a good costume?” Tanisa Fatchett’s quick response was that it had to be immediately obvious what the wearer was supposed to be.” (Horvarth, Hoge y Cameron, 2016, p. 16)



Fig. 8. La cuenta de instagram Lonelyman (@lowcostcosplayth) demuestra, con gran humor, cómo, a través de elementos claves, se puede reconocer a un personaje.

Para abaratar costes, se suele utilizar elementos de segunda mano, con alguna modificación; e incluso la reutilización de partes de disfraces antiguos, sirviendo además como método para ahorrar espacio. Aunque esta última decisión conlleva una serie de consecuencias permanentes. La más lógica es la inutilización parcial o total del propio disfraz, pero también supone desprenderse, en cierta forma, del cariño así como del alter ego que se puede desarrollar.

Si bien es cierto que gracias a los avances en diversos campos, en la actualidad es posible la adquisición de un disfraz completamente realizado, es una acción que no goza de una aceptación plena entre la comunidad. Los argumentos empleados para el rechazo tienen que ver con la impersonalidad de este tipo de trajes. Al ser comúnmente procesos industriales y estandarizados, no solo se suelen emplear tejidos de baja calidad, sino que generalmente no logran la fidelidad con la fuente original, ni se adapta bien al cuerpo.

Exceptuando ocasiones muy específicas, solo recientemente se ha empezado a permitir en lo referido a aquellos casos en los que se necesitan piezas realmente complejas en cuanto a diseño o fabricación, como por ejemplo telas con patrones muy específicos. Por el contrario, comprar elementos preparados con antelación, como el caso de las pelucas, sí es un hábito entre las personas que se dedican al cosplay.

Además, el disfraz permite poner en manifiesto el vínculo con el portador, tanto en su fuente de origen como con el cosplayer; reflejando, de esta forma, no solo cuestiones como relación de pertenencia a un *fandom*, el ambiente en el que se enmarca o la evolución, retos, impactos y resultados por el que ha sido sometido; sino que también es capaz de transmitir valores psicológicos y sociales a través del lenguaje visual.

“Los disfraces no solo juegan un rol importante en las artes performativas, sino que también tienen significados en nuestras vidas diarias. Tanto lo que eliges vestir como aquellas ocasiones en las que informa a tu familiares y amigos con muchos detalles sobre tu estado o hacia dón-



Fig. 9. Telas estampadas con distintos motivos de personajes de anime.

de vas. Estas elecciones definen cómo nos presentamos al mundo. Independientemente si es alta costura, uniforme de trabajo o combinaciones estrafalarias, nuestras ropas hacen un *statement* sobre quienes somos o quienes queremos ser, y cómo queremos que el mundo nos perciba. Un buen disfraz puede informar a la audiencia sobre la naturaleza del personaje antes de que haya hablado.”⁹ (Horvarth et al., 2016, p. 13)

Por extensión, el empleo del disfraz genera en el cosplay un efecto similar a lo que ocurre con las máscaras de superhéroes en la ciencia ficción. El enmascaramiento supone la supresión del ego, permitiendo protección, a la vez que el vehículo por el cual se muestra un alter ego latente con mayor libertad y capacidad de empoderamiento. A su vez, estas personalidades efímeras construidas se enredan paulatinamente a través de la reiteración con la de la persona que lo lleva, experimentando así cierto desarrollo. Sobre todo si el disfraz dispone de elementos codificados semiótica y semióticamente que se presten a su modificación, como es el caso de ciertas iniciales en la ropa. Esto ocurre debido a que al llevar a cabo esa variación las personalidades pierden separación.

Por lo tanto, se puede comprobar que asumir que todas las manifestaciones en las que se emplean disfraces significan lo mismo induce a malentendidos, ya que las intenciones, expectativas y resultados pueden diferir. Sin embargo, es cierto que en el cosplay el disfraz por cuenta propia no termina de transmitir la totalidad de lo que se plantea. Para finalizar de cumplir su función como cosplay, es necesario recurrir al *role play*. Opcionalmente, se puede expandir la experiencia a través del registro fotográfico o audiovisual.

⁹ Traducción propia. Cita original: “Costumes not only play a very important role in the performing arts, but they are also significant in our daily lives. What you choose to wear and when can inform your family and friends with many details about your mood or where you are going. These choices define how we present ourselves to the world. Whether it is haute couture, workout attire, or quirky combinations, our clothes make a statement about who we are or want to be, and how we want the world to perceive us. A good costume can inform an audience about the nature of a character before a word has been spoken.” (Horvarth et al., 2016, p. 13)



Fig. 10. Uso que se le puede dar a un disfraz cómo *statement*.

Role play



El *role play* es la acción de cambiar el comportamiento de uno mismo para asumir otro, ya sea de manera inconsciente para alcanzar una labor social, o conscientemente para actuar un papel. A pesar de ser un mecanismo que se puede desactivar, al ejecutar un rol la personalidad se modifica para lograr una serie de expectativas, que aunque no sean reales disponen de cierta consistencia.

“Galán (2016) contribuye indicando que es una disciplina compleja, porque es menester alejar la personalidad propia y adoptar una nueva identidad con la finalidad de conformar la caracterización de un personaje durante un periodo de tiempo. Este medio de expresión puede llegar a ser presentado a través de la pintura, fotografía, objetos textiles, productos y, al mismo tiempo, a través de la actuación o caracterización con otras áreas.” (Hidalgo, 2021, p. 26)

De esta forma se logra una capacidad comunicativa por parte del autor, así como un vínculo con la audiencia al generar cierta incredulidad al traer a personajes a la realidad. Por su parte, los espectadores son también necesarios, ya que sin estos no se podría dar el acto performativo. Ambos se entrelazan en lo que pensadores como Wittgenstein denominaría juegos del lenguaje; siendo

este uno muy peculiar al basarse en lo visual, mimético, semiótico y comunicativo.

Por supuesto, esto no es un hecho involuntario, ya que el cosplayer previamente se ha preparado y mentalizado. Aunque la dificultad aumenta cuando se detectan estímulos que son capaces de traer de vuelta de la ensoñación, pero si es manejado correctamente, esta burbuja aislada de la realidad se expande. Podría decirse que los momentos donde más se acerque a la espontaneidad es cuando interactúan dos cosplayers caracterizados de personajes de distintos medios.

Esta fluidez de la personalidad entre el ego y el alter ego, al reiterarse continuamente, puede suponer una modificación, e incluso desarrollo, de la personalidad base al entrelazarse las distintas actitudes. Aportando, por lo tanto, beneficios desde el punto de vista de la psicología.

La memorización de poses, movimientos, diálogos y la capacidad de interacción con la audiencia, sobre todo de forma improvisada, junto con otras acciones es la aplicación práctica de todo lo que puede llegar a suponer un disfraz dentro de lo que supone el cosplay.

Fig. 11. Dos cosplayers con el traje de Harley Quinn, de DC Comics, interactuando.

Cuerpo y apariencia



Mientras que el disfraz supone el mensaje y el *roleplay* su ejecución, el cuerpo sirve como un marco de referencia sartorial sobre el que proyectar el lenguaje visual deseado. Es, por lo tanto, un componente íntegro para lograr una correcta caracterización de personaje, sin dejar de ser un área de contención y conflicto debido al balance que debe hacerse entre realidad y fantasía.

A pesar de que muchos aprovechan en beneficio propio el tipo de cuerpo que tiene, encontrando cierto disfrute al diluir los propios límites entre el cuerpo y el cosplay; otros intentan modificarlos a través de distintos mecanismos: pérdida o ganancia de peso o masa corporal, pintando, o incluso en caso más extremos llegando a modificarlos permanentemente, las cuales no suelen encontrar una recepción favorable. Esto es debido a que a su vez el cuerpo

sirve como marco para el debate, la crítica y el acoso al no alcanzar los cuerpos hipersexualizados, y que rozan lo inverosímil, que se muestran en los medios originales.

Independientemente de esto, en muchas ocasiones la apariencia tiene prioridad antes que el propio cuerpo, por lo que en el diseño se acaba priorizando la precisión. La disconformidad, o incluso cualquier dolor físico es soportado e incluso relevado a un segundo plano. Asimismo, existe una dificultad física añadida para el movimiento si se incluye complementos o armas, o incluso grandes disfraces con un peso significativo.

“Transformar el cuerpo humano en un cuerpo de ficción es un compromiso inmenso, que requiere una rendición al proceso de transformación. El cuerpo del cosplayer es

Fig. 12 (Izq.) y 13 (Der.). Dos cosplayers aprovechando su propia forma física para caracterizarse como Fiona, de la película *Shrek Forever After* (2010); y Arataki Itto, del videojuego *Genshin Impact* (2020), respectivamente.



encubierto, constreñido, restringido, expandido o mejorado en el proceso de convertirse en un personaje.”¹⁰ (Winge, 2019, pp. 119-120)

Hay que entender, además, que la apariencia no se logra solamente con el cuerpo y el disfraz. También entran en juego esos otros componentes y productos que ayudan a lograr el óptimo resultado final, pero su presencia puede acabar estando camuflada u oculta. Pelucas, maquillajes o incluso piezas prostéticas bien empleados terminan de aportar realismo a través de los detalles, pero de lo contrario son estos mismos los que se emplean para la crítica.



¹⁰ Traducción propia. Cita original: “Transforming the human body into a fantastic body is an immense undertaking, which requires Cosplayers’ surrendering to the process of transformation. The Cosplayer’s body is concealed, revealed, constricted, restricted, expanded, and/or enhanced in the process of becoming a fantastic character.” (Winge, 2019, pp. 119-120)



Fig. 14 (Izq.). Sabrina Cruz Castro con una prótesis monocular que reduce considerablemente su campo de visión, realizando cosplay de Leela, de la serie de animación *Futurama* (1999-2013).

Fig. 15 (Centro). Thomas Depetrillo dentro de su disfraz de cerca de 45 kilos de Hulkbuster, de la película *Los Vengadores: La Era de Ultrón* (2015).

Fig.16 (Der.). Las hermanas MacDonough en su disfraz conjunto de Ogre Magi, personaje del videojuego *Dota 2* (2013).

Diseño y creación del traje



Sin duda alguna, el disfraz es un componente fundamental y necesario para la realización del cosplay, sin embargo, su diseño y realización cuentan con una relevancia especial, ya que se puede considerar como el origen de lo que se va a desarrollar. Es por lo tanto, un rito significativo en la transición y fundamentación individual de una persona como cosplayer. "Acabar mi primer disfraz... No era perfecto pero el disfraz me hizo un cosplayer"¹¹ (Kyo Sohma, encontrado en Winge, 2019, p. 67)

Coincidiendo con lo que se ha mencionado, Quindt (2016b) recomienda como punto de partida la elección de algo por lo que se tenga un vínculo previo, ya que de esta forma se contará con un mayor alto grado de motivación que ayudará a solventar cualquier complicación que pueda surgir durante el desarrollo. Además, añade que lo idóneo es contar con cuantas más referencias sea posible, facilitando la labor posterior.

A su vez, este procedimiento se ve reforzado por una consumición pasiva previa del material original dónde apa-

rece el personaje que se desea realizar; que consecuentemente deriva en una atención al detalle, permitiendo mayor facilidad a la hora de extraerlos y moldearlos a la visión propia.

"¿El disfraz es para un hombre, mujer, animal, alien o alguna combinación de estos? ¿Qué tipo de personaje está siendo creado? ¿En qué se diferencia o se parece el personaje a los demás? ¿Qué edad tiene el ser, y en qué período viven? ¿Cuánta actividad física puede ser ejecutada por este personaje en este disfraz? ¿Es el disfraz usado de manera realista o es usado de una forma exagerada?"¹² (Horvarth et al., 2016, p. 14)

Estas cuestiones planteadas por Horvarth et al. (2016) no solo sirven para reflexionar sobre el disfraz y lo que se

Fig. 17. KamuiCosplay mostrando las distintas fases a la hora de realizar con goma EVA, uno de los materiales más empleados, la Máscara de Majora, de la franquicia de videojuegos *The Legend Of Zelda*.

¹¹ Traducción propia. Cita original: "Finishing my first costume . . . it wasn't perfect but the costume made me a Cosplayer." (Kyo Sohma, encontrado en Winge, 2019, p. 67)

quiere lograr, sino que indirectamente sirven para analizar y acotar las tres dimensiones de la psicología de un personaje descritas por Egri (2009) en *El arte de la escritura dramática*, permitiendo de esta forma una futura ejecución más verosímil.

Siendo estas tres dimensiones, fundamentales para conocer a un personaje, son la fisiológica (aparición física), sociológica (clase social a la que pertenece, ocupación, educación que ha recibido, etc.) y psicológica. Esta última es la unión de las dos dimensiones anteriores y permite hablar de la historia familiar, de la vida sexual, de las habilidades desarrolladas, etc. Además, también es interesante analizar su entorno, ya que es el medio generador del conflicto, mecanismo que sirve para revelar la verdadera naturaleza de un personaje. La más simple de las decisiones, por lo tanto, repercutirá en el posterior transcurso, y permitiendo de esta forma un proceso analítico en profundidad.

Aunque no se plantean estas reflexiones de forma activa, están presentes en todo el proceso, desde la concepción hasta su finalización, e incluso mantienen una extensión posterior. Pero sí es cierto que cobran más relevancia mientras se fabrica el traje. Debido a no disponer de un guión al uso para seguir y extraer información; cualquier metodología o forma de análisis sirve como sustituto.

“Cada uno suele usar unas técnicas diferentes dependiendo de la experiencia o recursos que tenga, como pueden ser esculpir, dibujar patrones, coser, tallar, fresar, moldear, etc. Aunque a veces realizan las mismas ya que no hay otro modo de conseguir algunos resultados en los accesorios que se quieren crear.” (Alain, 2015, p. 19)

“La elaboración es una parte esencial del cosplay, y hay ciento de maneras de lograr lo que se quiera crear. Sin embargo, hay algunas cosas básicas que cada cosplayer debería de tener disponible.”¹³ (Quindt, 2016b, p. 35). Ambos autores exponen y coinciden en la pluralidad natural de la práctica, que supone un amplio abanico de técnicas a emplear, y por las que conocer al personaje, y por consiguiente, al cosplayer.



No es de extrañar, por lo tanto, que debido a esta diversidad se den constantemente planteamientos y soluciones innovadoras. No solo para la realización, limpieza o reparación de los trajes, sino también para otras cuestiones en las que se ve relacionada la subcultura.

Fig. 18. Uno de los trajes que ha realizado el cosplayer Dan Cattell con cartón, logrando un efecto bidimensional pixelado propio de los primeros videojuegos.

¹² Traducción propia. Cita original: “Is the costume for a man, woman, animal, alien, or some combination of these? What type of character is being created? How is this character different or the same as others? How old is this being, and what time period do they live in? How much physical activity must be performed by this character in this costume? Is the costume being used realistically in a play or story, or is it used in an exaggerated or stylized performance?” (Horvarth et al., 2016, p. 14)

¹³ Traducción propia. Cita original: “Crafting is an essential part of cosplay, and there are a thousand ways to achieve what you want to create. Nevertheless, there are a few basic things that every cosplayer should have available.” (Quindt, 2016b, p. 35)

Relaciones del cosplay

Similar a lo que ocurre con otras prácticas, el mundo del cosplay posee una serie de vínculos y relaciones con distintos aspectos de su entorno. Estos se pueden agrupar en tres esferas concéntricas, cuyos límites son fluidos y flexibles. En el núcleo de este sistema se encuentran los cosplayers, es decir, las personas que realizan los cosplays. A continuación, en el siguiente nivel se puede distinguir aquellas figuras que están relacionadas con la práctica, pudiendo aportar elementos que enriquecen la misma. Fans, autores, vendedores, y similares son quienes se encuentran en esta segunda esfera.

Por último se puede encontrar en la esfera más exterior aquellas figuras cuya mayor aportación es la divulgación, independientemente de cómo de bien esté planteada. Si bien es cierto que los componentes activos son quienes crean la mayor fuente de información, que además es verídica; es este círculo que actúa a modo perimetral el que más puede sacar provecho.

No solo los medios de comunicación se engloban aquí, sino que destacan los promotores, quienes tienen capacidad de moldear el panorama; los investigadores, que consiguen aportar nuevos planteamientos, pero pueden desencadenar rivalidad debido al *Efecto Hawthorne*¹⁴; y los acosadores, quienes actúan como alteradores del orden, llegando a promover una imagen desacertada de la comunidad.

A continuación se expondrá con más detenimiento la relación que presenta el cosplay con otros sectores y ámbitos.

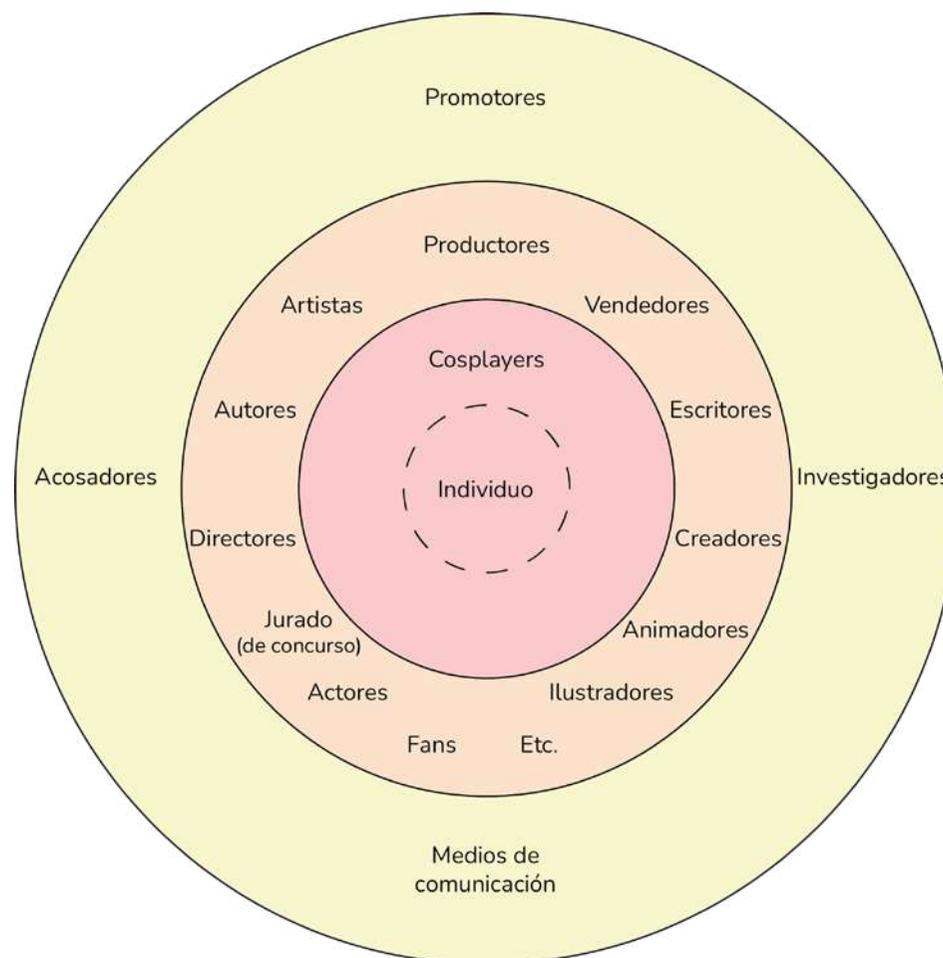


Fig. 19. Esquema a de las relaciones de la práctica del cosplay.

¹⁴ El Efecto Hawthorne describe la forma por la que un sujeto de un experimento muestra una modificación en algún aspecto de su conducta como consecuencia del hecho de saber que está siendo estudiado, y no en respuesta a ningún tipo de manipulación contemplada en el estudio experimental.

1. La propia subcultura



Según Winge, “la subcultura del cosplay, quizás, representa la estructura social más compleja de todos los fandoms por su reflexividad e inclusividad, al mismo tiempo que su presencia significativa en redes sociales.”¹⁵ (2019, p. 66). Sin embargo, estas características, sumadas a la facultad orgánica y la actitud proactiva y sociable, son algunas de las razones por las que la subcultura posee un gran potencial en lo que a crecimiento y longevidad se refiere.

Al alabar la diversidad, las novedades y la exposición, se ha conseguido expandir velozmente, pero a la vez crear espacios relajados a la par que juguetones y humorísticos. El drama y el conflicto se manifiestan primordialmente a través de la crítica y los cotilleos, los cuales son mecanismos comunes en la sociedad para la diseminación y transmisión de la información a pesar de su poca fiabilidad.

Además, de esta forma se demuestra la que es posiblemente la mayor característica que posee el cosplay: la adaptabilidad. Esta capacidad es la que ha otorgado una gran serie de beneficios. No solo aquellos que ya se han mencionado, como la fácil integración de cualquier nueva incorporación; sino que también ha permitido acomodarse a los estímulos externos a través del propio ingenio y creatividad.

Internamente, esta maleabilidad permite que un individuo exista en un continuo intercambio de roles, incluso en ocasiones existiendo el solapamiento entre ellos; pudiendo ser considerado como cosplayer, fan, espectador, creador, e incluso juez o crítico. De esta forma también se generan subdivisiones y agrupaciones fluidas dentro de la práctica, ya sea por intereses o incluso habilidades.

Asimismo, se podría suponer que, a grandes rasgos, permitiría generar impactos transnacionales a niveles sociales, culturales y económicos tanto en las personas dentro de la subcultura como aquellas al margen. Pero aún está por contrastar los efectos y posibles estudios derivados de esta idea.

Sin embargo, el atractivo inicial por el que una persona muestra interés por esta práctica, como se ha mencionado anteriormente, se basa en la capacidad social y cultural

¹⁵ Traducción propia. Cita original: “Cosplay subculture, perhaps, represents the most complex social structure of all the fandoms because of its reflexivity and inclusivity, as well as because of their significant social media presence.” (Winge, 2019, p. 66)

Fig. 20. Distintas personas realizando un cosplay grupal como los personajes del videojuego Nu: Carnival (2021).

para crear espacios dónde explorar y expresarse a través de manifestaciones creativas. Sin duda, el atractivo visual que puede generar es otro componente clave para la propagación de la cultura; pero no hay que desatender aquellas cuestiones imperceptibles en una primera lectura.

“La experiencia del cosplay se piensa comúnmente que empieza cuando el cosplayer está portando un disfraz y actuando en una convención, sin embargo, esa perspectiva le falta un anclaje en la vida diaria. El cosplayer moldea y forma la experiencia en una forma individual, que contribuye a la composición y estructura de la subcultura. Al cambio, la subcultura refleja la experiencia del cosplay a través de las complejidades de la estructura social con sus desventajas y beneficios.”¹⁶ (Winge, 2019, p. 94)

Esta estructura social se basa en la meritocracia. Una persona puede adquirir relevancia suficiente para ser considerada una celebridad dentro de la subcultura, denominado cosfamous, a través de la demostración de sus habilidades a la hora de realizar los disfraces y actuaciones. En los casos más favorables pueden trascender los límites de la comunidad, convirtiéndose en modelos y portavoces, y recibiendo ofertas de representantes, promotores, merchandising, etc.

A pesar de esto, la Otredad, y su habilidad para fluir con ella, que caracteriza a la subcultura es celebrado en todos los niveles, independientemente de la popularidad que se disponga, ya que hay un alto nivel de agrado a la hora de compartir, tanto, experiencias positivas, retos y beneficios; como contratiempos psicológicos, sociales, emocionales, físicos, y sobre todo, económicos que acarrea la práctica.

¹⁶ Traducción propia. Cita original: “The Cosplay experience is commonly thought to begin when the Cosplayer is in costume and performing at the fan convention, however, that perspective lacks grounding in everyday life. The Cosplayer shapes and forms the experience in individual ways, which contribute to the composition and structure of the fandom. In turn, the Cosplay fandom reflects the Cosplay experience through the complexities of the social structures with their drawbacks and benefits.”(Winge, 2019, p.94)



Fig. 21. Distintos integrantes del grupo de cosplay online de twitter, Kitty Section, de la serie de animación *Miraculous: las aventuras de Ladybug* (2015 - en emisión)

Es bastante común el sentimiento de querer estrenar un nuevo cosplay por cada convención que se asiste, incluso en los casos más extremos, disponer de un cosplay distinto por cada día que duren estos eventos. En cierta medida agranda la intención, dedicación e incluso la concentración del cosplayer, pero también puede repercutir negativamente al generar un sentimiento aprensivo, nerviosismo y ansiedad debido a los factores mencionados.

Pero no son los únicos temas recurrentes de diálogo, también supone un enfoque interesante la gran aceptación a la hora de comunicar, y por ende, denunciar, las situaciones de exposición y acoso. Debido a esto último es muy común la creación de apodos o alias a modo de protección, pudiendo ser un nombre artístico por el que darse a conocer, como para un personaje concreto. Pero esto no solamente sirve como resguardo; sino que a su vez, permite demostrar la personalidad e interés de la persona en cuestión, o reforzar el vínculo con el personaje.

A lo largo del tiempo incluso se pueden usar varios, desarrollando, a nivel psicológico, una dualidad entre el disfraz y la autodefinición. Pudiendo derivar, similar a otras ocasiones en el que el uso de un enmascaramiento cambia el patrón de comportamiento, en un colectivo de personalidades que enriquece, o una negociación por la dominancia que genera conflicto.

No obstante, esto a su vez logra llevar a cabo una retroalimentación con las propias creaciones, sirviendo de ejemplo y demostración para personas afines; pero también sirve para estrechar la relación simbiótica con otras subculturas. Al existir una persona en otros fandoms, las áreas de fascinación comunes permiten que los diferentes círculos sociales involucrados no solo se solapan, sino que permite que las distintas culturas se nutren y se expandan al mismo tiempo.

2. Convenciones y entidades

Las convenciones, también conocidas como *cons*, son espacios físicos, temporales y efímeros creados para la congregación de fanáticos sobre un tema, actividad o género de ficción en específico. De hecho, como se ha

mencionado anteriormente, las primeras manifestaciones del cosplay se dieron en convenciones de ciencia ficción; creando de esta manera un vínculo estrecho entre ambos temas. Es por esto que muchas convenciones llegan a actuar incluso como una especie de santuario, ya que se entiende que son eventos creados por y para los fans.

“La convención de fans está posicionada como un poderoso nexo para la creatividad, la socialización y la performance con implicaciones significativas para la identidad, la reflexión e incluso la salud mental. Los cosplayers por lo tanto tienen una relación simbiótica con las convenciones.”¹⁷ (Winge, 2019, p. 187)

Además de las diversas actividades, paneles e invitados que se pueden encontrar en la programación general, en los últimos años está habiendo un incremento en cuanto a inclusión del cosplay se refiere. Esto es debido no solo a que es cada vez una práctica más popular; sino que además supone una serie de ventajas a las organizaciones, como puede ser la aportación de entretenimiento gratuito a los demás asistentes.

Pero no todas las convenciones tratan al cosplay como un elemento más de mercadotecnia. Algunas se esfuerzan en desarrollar actividades enfocadas a dicha práctica, pudiendo ir desde un simple desfile a grandes competiciones. Estas últimas pueden otorgar premios más allá del reconocimiento mediático, normalmente siendo compensación económica, descuentos, entradas gratuitas a futuros eventos, lotes de merchandising o similares.

Estas competiciones pueden tener criterios propios para juzgar; pero generalmente la precisión en la apariencia, las habilidades constructivas, la calidad del acabado y el valor del entretenimiento performativo son las compe-

¹⁷ Traducción propia. Cita original: “The fan convention is positioned as a powerful nexus for creativity, socializing, and performance with significant implications for identity, reflection, and even mental health. Cosplayers have a symbiotic relationship with the fan convention.” (Winge, 2019, p. 187)



tencias evaluadas por el jurado; compuesto por expertos o celebridades dentro de los fandoms.

En otros casos, los eventos se esfuerzan por disponer de espacios dedicados exclusivamente al cosplay, permitiendo así una mayor sensación de seguridad y respeto. De cualquier manera, las convenciones actúan como una lente que magnifica la práctica, en la que el cosplayer deja de ser percibido como un sujeto individual para convertirse en parte de una masa conjunto.

Sin embargo, el cosplay también acarrea unas cuestiones desfavorables para la organización de eventos y convenciones. El primer reto con el que se pueden enfrentar es la búsqueda de lugares lo suficientemente grandes para albergar el creciente número de fans, así como la disposición del mismo espacio. Además, relacionado con los es-

pacios habilitados, suele existir la preocupación de que se generen estancamientos en la movilidad, ya que pueden existir cosplays enormes, o bien congregarse a una alta cantidad de personas alrededor de uno.

En menor medida, a pesar de que dentro de los espacios se intenta mantener unas condiciones de temperatura y ventilación constantes, pueden no ser suficientes para aquellos cosplayers que llevan trajes de grandes dimensiones, de varias capas de ropa, o que emplean telas pesadas

Por supuesto, las propias restricciones y normativas que plantea cada convención en lo referido a códigos de vestimenta o el nivel de tolerancia de elementos complementarios suponen otro motivo que genera conflicto entre las entidades y la comunidad cosplay. Es debido a estas peculiaridades que no todos los eventos son partidarios de

Fig. 22. Público asistiendo en 2017 al concurso de cosplay durante la Summer-Con de la Tenerife Lan Party (TLP), Santa Cruz de Tenerife.

la inclusión del cosplay, a lo que se le suma la capacidad de desplazar del foco mediático de verdadero interés de lo que se ha organizado.

Aparte de las convenciones, también hay otras entidades que se relacionan con la cultura del cosplay, generalmente agentes externos como vendedores. Son estos, y no los cosplayers, quienes mayor beneficio sacan del cosplay, aunque no es una tarea sencilla ya que es altamente difícil anticipar las necesidades específicas debido al alto nivel de customización.

Si es cierto que, gracias que muchos proveedores también se dedican al cosplay, o están puesto en un estrecho vínculo con esta práctica, lo que más se promueve son la disponibilidad de servicios que ayuden y faciliten otras tareas; como también tiendas especializadas, generalmente en *props* y armas, que o bien, disponen de una producción de calidad y acabado profesional, o sirvan para su adaptación a las versiones finales.

3. Medios de comunicación

Otra relación que actúa como lente magnificadora del cosplay son los medios de comunicación. A primera vista parece que incluso disponen de una relación simbiótica, ya que otorgan reconocimiento, popularidad y exposición. Pero la realidad es que la mayor parte del interés radica en la búsqueda de conflicto para artículos sensacionalistas. La realidad es que hay una escasa existencia de escritos en los que se refleja y estudia el fenómeno en profundidad.

La manipulación de los medios en este caso sirve para promover una imagen exótica y abierta de la cultura para poder seguir vendiéndola como producto. Vocablos como *weeb* u *otaku* que se han asentado en la cultura *friki* originalmente son términos despectivos provenientes de Japón, país que también tiene que lidiar con una transmisión desacertada de su cultura en los medios.

Mientras que los medios de comunicación masiva ayudan a propagar y expandir el fenómeno a través de sus mecanismos; Internet y las redes sociales también cumplen

esta función, pero permitiendo una perspectiva más íntima y auténtica.

Esto es debido a que permiten crear espacios dónde crecer, disponer de vías de comunicación directas, compartir información, experiencias y recursos, promocionarse e incluso generar negocios sin costes excesivos; sobre todo en regiones distanciadas de grandes núcleos de población. De hecho, gracias a estos medios se ha movilizó el *International Cosplay Day*, así como otras prácticas similares que pretenden llevar el cosplay al día a día.

4. Fotógrafos, videógrafos y similares

No es de extrañar que la documentación audiovisual haya tomado relevancia dentro de la subcultura del cosplay por numerosas razones. Cualquier fotografía o vídeo sirve no solo como una forma de demostración de los resultados y el orgullo de lo realizado, sino también como documentación de procesos, e incluso como método para expandir la vida del cosplay a la vez que su fijación en un momento determinado o demostrar la exactitud de lo similar que es el cosplay al personaje original. Al mismo tiempo, se logra rendir homenaje a las fuentes de inspiración más comunes.

Es por esto que las figuras de fotógrafos, y recientemente videógrafos y similares, están bastante vinculadas a la dinámica subcultura que es cosplay. Los cosplayers son altamente conscientes de la exposición que aporta el cosplay, ya que a través de sus trajes llaman la atención del espectador sin demasiado esfuerzo. A su vez, muchos están predispuestos a dejarse fotografiar, incluso aunque la compensación se vea reducida a un breve instante de fama. En los casos más notorios, se ha llegado a plantear colaboraciones entre los cosplayer y los propios fotógrafos.

Sin embargo, también hay que atender que la relación con aquellas personas que, por profesión o afición, sacan fotografías puede derivar en una forma de microexplotación al no contar con el consentimiento del cosplayer. En casos extremos, estos documentos pueden servir como método para lograr beneficio con su venta a los medios de comunicación; derivando en una descontextualización

y sobresimplificación de la subcultura. Winge (2019) se aventura a detallar lo que puede suceder debido a la mala praxis de la fotografía de cosplay en los eventos:

“A medida que las convenciones instituyen reglas para la interacción con los cosplayers (y cualquier persona con un disfraz) es previsible que en un futuro cercano fotógrafos y cosplayers entren en acuerdos, formales o informales, para todas las fotografías. Una posibilidad alternativa es que la fotografía de cosplay se dé exclusivamente de forma escenificada y realizado con solo los alrededores y la gente no cosplayer interrumpiendo la autenticidad”¹⁸ (p. 74)

5. Tecnología

Casi sin duda alguna, puede que la tecnología suponga la relación más íntima con el cosplay, aunque pueda pasar desapercibido debido a que, si esta llega a tener presencia en el traje final, en numerosos casos es camuflada y oculta.

“Crear vestimenta para protegernos del tiempo ha sido siempre un motivo de inspiración para el desarrollo de la tecnología desde la antigüedad. Las herramientas han ido desde punzones de hueso para agujerear el cuero, a husos para crear hilo, a telares que producen una gran cantidad de tela a escala industrial.”¹⁹ (Horvarth et al., 2016, p.3)

Gracias a su capacidad de adaptación y a labores realmente tediosas que pueden aparecer a la hora de realizar un traje, el cosplay ha sabido incorporar los avances en

¹⁸ Traducción propia. Cita original “As conventions institute rules about interacting with Cosplayers (and any persons in costumes), it is foreseeable that in the near future photographers and Cosplayers will enter into informal or formal agreements for all photographs. An alternative possibility is that Cosplay photographs may exclusively be staged and performed with only the surroundings and non-Cosplayers disrupting the authenticity.” (Winge, 2019, p. 74)

¹⁹ Traducción propia. Cita original: “Creating clothing to protect ourselves from the weather has been an inspiration for technology development since antiquity. Tools have gone from bone awls for punching holes in leather, to spindles for creating yarn, to the looms that could produce vast amounts of fabric at industrial scale.” (Horvarth et al., 2016, p. 3)



Fig. 23 (Arriba) y 24 (Abajo). Momentos que reflejan las dos versiones de la relación de la fotografía y el cosplay. Arriba, una situación desenfadada; abajo, una situación que roza la cosificación.

las distintas tecnologías. La disponibilidad de las máquinas especializadas, incluso tratándose de una simple máquina de coser, permite al cosplayer un control más directo al diseñar y construir. Si bien no de forma inmediata debido a su coste económico, tarde o temprano estas acaban simplificando y abaratando para ser comercializadas al consumidor medio, como ha ocurrido con las impresoras 3D o las cortadoras CNT.

Si a esto se le suma la filosofía colaborativa de la práctica, y los modelos y software open-source encontrados en Internet, el panorama se expande más allá del modelado 3D y los tutoriales, pudiendo encontrar programas como *Cervo* para controlar movimientos o *Arduino* para luces y audios.

Además, la tecnología también permite el perfeccionamiento de los materiales base. Como resultado nos encontramos con una realidad casi sin límites que permite desarrollar diseños intrínsecos y altamente detallados, piezas de soporte muy precisas, con partes móviles de gran tamaño y realmente complejas, como puede suponer la realización de un par de alas.

“Los avances tecnológicos esperados eventualmente permitirán a los cosplayers lograr hazañas y alcanzar superpoderes similares a los personajes que retratan (Patten, 2004; Brownie y Graydon, 2016). Incluso la actual disponibilidad al consumidor de tecnología innovadora y productos permite a los cosplayers realizar disfraces y actuaciones no fácilmente logrables o incluso posibles en los años pasados.”²⁰ (Winge, 2019, p. 69)

Sin embargo, la tecnología no ayuda solamente a la traslación a la realidad de personajes. Recientemente la incorporación de vídeos y gif han supuesto una peque-

²⁰ Traducción propia. Cita original: “Expected technological advancements will eventually allow Cosplayers to achieve feats and attain (super)powers similar to the characters they portray (see Patten, 2004; Brownie and Graydon, 2016). Even current consumer availability of cutting-edge technology and products allows Cosplayers to achieve costumes and performances not easily achievable or even possible in the past years.” (Winge, 2019, p. 69)



Fig. 25. Pequeño ejemplo de la relación del cosplay y la tecnología. En este caso, es una prueba de una armadura impresa a tres colores combinando filamentos.

ña mejora en la experiencia del cosplay, pero nada en comparación a lo que puede suponer los avances que se están dando los ambientes de realidad virtual (VR). Esta expansión hacia los mundos virtuales permite elaborar performances, fondos o efectos especiales que difícilmente lleguen a ser posibles en la realidad.

6. Moda

No hay ninguna duda de que moda y cosplay son sectores totalmente diferenciados entre ellos, sin embargo ambas comparten una serie de planteamientos que solo consiguen un acercamiento. Ninguna de las dos sería posible sin la capacidad de cambio e innovación. Además, ambas muestran una puesta en práctica de tendencias y nuevos intereses, al mismo tiempo que intentan potenciar la nostalgia y el fenómeno kitsch. Prácticamente la gran diferencia conceptual que existe entre ambos ámbitos es el empleo de la obsolescencia programada en el mundo de la moda, lo cual es, en principio, inexistente en el cosplay.

Por lo tanto, debido a las similitudes, se genera un espacio en dónde ambas materias pueden trabajar y desarrollarse; permitiendo a su vez extender el fenómeno fan, y por consiguiente el cosplay, a la vida cotidiana a través de prendas y artículos, generalmente de merchandising. Incluso, aquellos fanáticos legítimos pueden optar por llevar elementos de cosplay en su atuendo, reafirmando de esta forma su apego por el material original. Consecuentemente, también permitiría disponer de ciertos beneficios del cosplay, como puede ser la confianza, sin tener que llevar el atuendo al completo.

Esta unión de moda y cosplay, además da origen a prácticas interesantes como puede ser el *Disney Bounding* o el *Princessing/Pricing*, las cuales consisten en vestirse con ropa normal pero inspirándose en un personaje (de Disney o más concretamente de una princesa o príncipe respectivamente).

La vestimenta, como ya se ha mencionado, transmite una comunicación no verbal, permitiendo no solo expresar e influir en los comportamientos, sino que también puede



Fig. 26. El usuario @Jeremythetea ha ganado popularidad por su uso continuo del *Disney Bounding* en los parques temáticos de la propia franquicia.

trasladarse a un periodo y lugar específico. De hecho, esto se consigue lograr excepcionalmente bien a través del diseño de vestuario y disfraces, a pesar de que este ámbito se aleje a la costumbre de la moda convencional.

En el figurinismo, profesión que se encarga de diseñar específicamente vestuario para las artes escénicas, se facilita un guión del que hay que interpretar no solo las ideas del autor, sino también la psicología del personaje o su evolución.

“El vestuario desempeña dos objetivos igualmente importantes: reforzar la narración mediante la creación de personajes creíbles (personas) y proporcionar un equilibrio dentro del fotograma (composición) con el uso del color, textura y la silueta.” (Nadoolman, 2014, p. 8)

De esta forma, uno puede llegar a considerar el cosplay como una expresión figurinista amateur, con la exclusividad de que el guión se traslada a un plano figurativo, ya que en ambos casos se pretende demostrar la capacidad para la interpretación y representación.

7. Globalmente

En la actualidad, el cosplay es una práctica que se puede encontrar en casi cualquier parte del planeta. De hecho, el nacimiento y popularidad de Internet ha supuesto también un auge en el fenómeno del cosplay debido a la alta capacidad de divulgación de información que posee. Como ocurre con el denominado Día Internacional del Cosplay, celebrado cada último sábado de agosto desde 2009, y organizado originalmente gracias a las redes sociales. Sin embargo, el enfoque con el que lo contempla cada país individualmente puede llegar a ser completamente diferente. Como ejemplo de perspectivas distintas se valoran los dos países que se reconocen como creadores y promotores de la práctica.

En Japón, el cosplay se reconoce como una subcultura joven así como su impacto económico, sin embargo cada vez es sometido a un mayor nivel de marginalización, ya que se considera que no sigue ciertas expectativas convencionales en lo que a comportamiento o vestimenta se



Fig. 27. El usuario @_alexandra.louise_ consigue aunar moda, cosplay y la práctica de Princessing con sus creaciones que muestra en redes sociales. Pero también demuestra la relación con la tecnología como con este traje que cambia de color, inspirado en Aurora, de La Bella Durmiente (1959). Pinchando la imagen se puede acceder a el correspondiente vídeo dónde se aprecia este efecto.

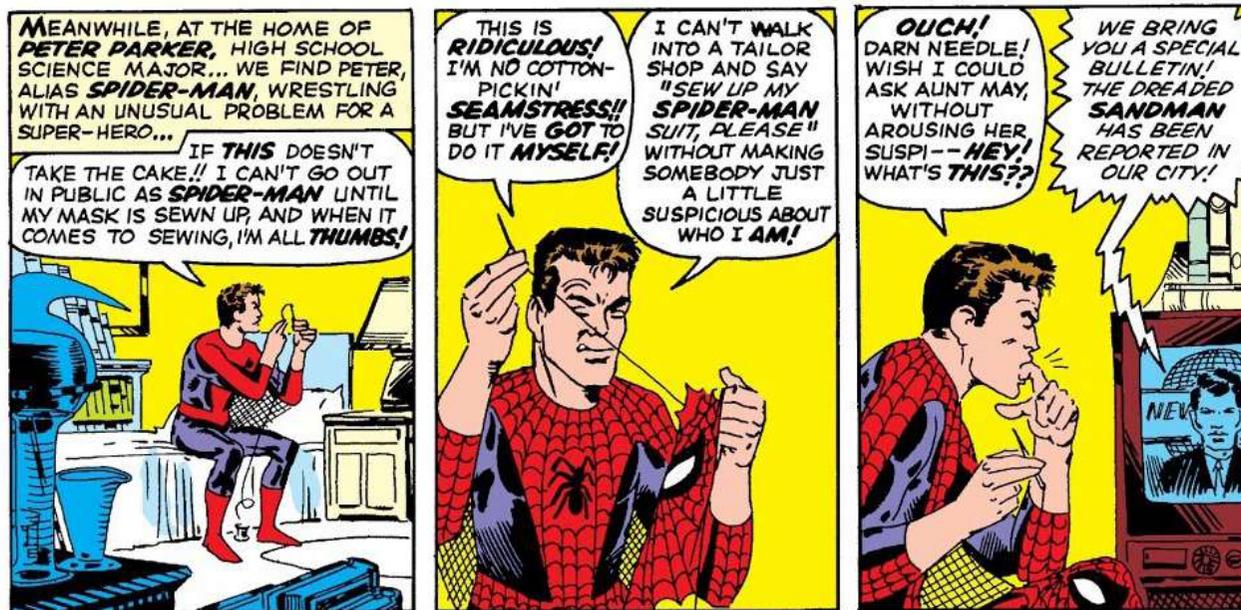


Fig. 28. Tira cómica en la que se muestra al personaje de Spider-man, de Marvel, haciendo o reparando su máscara.

refiere, entendido por lo tanto como una acción demasiado juvenil. Recientemente, se le ha de sumar las nuevas legislaciones que conciben al cosplay como elemento penalizable debido a los derechos de autoría bajo los que están creados los personajes.

A pesar de esto, existen tiendas específicas oficialmente licenciadas para la distribución de elementos y materiales útiles para los cosplayers, llamadas comúnmente *Cospa*. Además, los dos mayores eventos a nivel mundial donde se puede dar el cosplay, la *Comiket* y el *World Cosplay Summit*, son realizados en el país. Sin embargo, lo común en los eventos en este país es disponer de un espacio en exclusiva para cualquiera que realice cosplay, evitando así el libre movimiento.

Por el contrario, Estados Unidos no dispone de negocios que comercialicen productos oficiales, sin embargo cuenta con un alto número de establecimientos que proporcionan oportunidades para encontrar materias primas. Al mismo tiempo, se sitúa entre los países más afines a esta práctica ya que es en el que más convenciones registra al

año, y en su mayoría se permite vagar por la totalidad del terreno donde se organizan llevando puesto un cosplay.

8. Cultura material

El cosplay permite, al igual que otros medios, crear una cultura material tangible para los fans. De hecho, puede ser entendido como el fin último de este planteamiento en lo referido al aprecio hacia un personaje, pudiendo existir incluso paralelismo con ciertos personajes que han realizado su propio traje, como es el caso de Spider-man.

Al tener una corriente de pensamiento que pone en consideración el trabajo manual se generan relaciones íntimas y estrechas entre el objeto y el creador. Posicionándose de esta forma casi a la cabeza de los movimientos *DIY* y *open-source*, ya que de esta forma se logra la creación de productos que no se podrían encontrar de otra forma. A su vez, permite llegar a desafiar perspectivas tradicionalistas, al alabar comportamientos que por distintas razones han sido relegados a un segundo plano, generalmente por considerarse labores femeninas, como coser.



Fig. 29. Cosplayers vestidos de Spider-man, Miles Morales y Deadpool, todos personajes de Marvel.

De esta forma, el cosplay también se sitúa en relación con el concepto de prosumidor²¹, término acuñado por Alvin Toffler en su libro *The third wave (La tercera ola, 1980)*, que describe como un individuo puede ser consumidor, a la vez que productor o proveedor, dependiendo del contexto. “Los cosplayers participant en la prosumición porque la comunidad anima, si no demanda, a construir la mayoría del disfraz.”²² (Winge, 2019, p. 62)

Pero también hay que valorar los intentos de la adaptación del cosplay a una producción masiva. Si bien es cierto que tradicionalmente se permiten la adquisición de ciertos elementos, principalmente por su complejidad,

²¹ Prosumidor es un término sugerido por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt en su libro *Take Today* (1972), pero acuñado por el futurólogo Alvin Toffler en el libro de *The Third Wave (La tercera ola, 1980)*.

²² Traducción propia. Cita original: “Cosplayer participates in prosumption because the fandom encourages (if not demands) her or him to construct the majority of the costume.” (Winge, 2019, p. 62)

solo recientemente se ha empezado a reconocer la validez de aquellos trajes comprados. Principalmente ocurría ya que originalmente estos no eran un reflejo fiel y había una gran carencia de personajes.

Esta es la forma por la cual empresas, compañías o entidades han conseguido posicionarse de buena forma dentro de la comunidad, al proveer no solo de materiales y productos de caracterización, sino también de componentes prefabricados que se prestan a una futura modificación.

Es así como el cosplay demuestra no solo la capacidad de una cultura tangible, sino también una cultura económica a la sombra. Como comenta Fiske (1992) “La creciente popularidad del cosplay tiene el potencial de influenciar económicamente campos más allá del fandom. El cosplay tiene una capacidad de lucro significativa. Los fandoms participan en una economía cultural con capital que alimenta los canales de producción y distribución, al mismo tiempo que las estructuras sociales de la economía cultural del fandom existen fuera pero paralelamente a los sistemas de cultura convencional.”²³

9. Cultura popular

Es, en cierta forma, el pináculo de referencia para la subcultura del cosplay, ya que se encuentran en una relación recíproca. Por un lado, la cultura popular es consumida para generar una cultura y capital propios dentro del cosplay. Hay una gran cantidad de personajes que existen y aparecen en muchos medios, tanto histórica como simultáneamente, permitiendo una mayor riqueza narrativa de dónde elegir, desarrollar y sentir afectos por los personajes que derivan en un correspondiente cosplay. A la vez, esta subcultura aporta material, permitiendo su inclusión en museos, cine, televisión e incluso pudiendo afectar a la moda.

Además, ambas culturas son altamente maleables, permitiendo mezclar a nivel individual lo popular con la visión personal, dando cabida a creación de personajes nuevos y originales que se inspiran en iconos culturales, o a la realización de *mash-ups*. De esta forma, y como describe Winge (2019, p. 115), el cosplay adquiere una dimensión transmediática al extenderse en otros fandoms a través de la narrativa y el personaje como lo esté interpretando el cosplayer.



Fig. 30. Personajes de la serie *The Big Bang Theory* (2007-2019) disfrazados como los componentes de la Liga de la Justicia de DC Comics.

²³ Traducción propia. Cita original: "The growing popularity of Cosplay has the potential to influence economic realms that reach beyond the fandom. Cosplay has the capacity for significant financial profit. Fandoms participate in a fan cultural economy with capital feeding the production and distribution channels, as well as the social structure fandom's cultural economy exists outside of but parallel to the mainstream cultural systems." (Fiske, 1992)

Ritualidad del cosplay



Como se puede observar, el cosplay conlleva una serie de pasos para su realización, que a su vez permiten ser desgregados. Desde la elección del personaje, a su estudio, planificación, realización, preparación, ejecución y posterior desvinculación. A pesar de que no siempre se den estos procesos, suelen repetirse lo suficiente y en órdenes tan específicos que se puede encontrar cierta correlación entre prácticas rituales, sobre todo con aquellas que buscan la Otriedad.

Esta similitud se puede apreciar muy bien si atendemos al momento de vestirse según lo que describe Turner (1996). Esta transformación refleja las tres fases rituales: separación, liminalidad e incorporación. En la primera fase, la de separación, consiste en una decisión activa, en

la que el individuo se deshace de su vestimenta, eligiendo incluso que es lo que se queda y lo que no.

En la siguiente, la fase liminal puede ser la más duradera debido a los distintos apliques que puede conllevar un cosplay. El individuo empieza a vestirse, pero también empieza la transición. Por último, la fase de incorporación es en la que se solidifica la nueva personalidad a través de las poses, los manierismos, el roleplay, etc.

Cada cosplayer, por lo tanto, es capaz de desarrollar por cada personaje rutinas que facilitan su conversión al personaje en cuestión, pero todos acaban pasando por un mismo proceso de transformación.

Fig. 31. Proceso de transformación de la cosplayer Kamui Cosplay en Aloy, personaje de *Horizon Zero Dawn* (2017)

Variantes del cosplay

Como se ha mencionado, el cosplay puede ser tan variado como las personas que lo realizan y las fuentes de inspiración que emplean. Es por este mismo motivo que realizar una categorización de las manifestaciones se convierte en una tarea compleja; sin embargo, realizar esta exploración más detallada, agrupando prácticas comunes entre los miembros, ayuda a entender cómo el cosplay posee una dimensión multidisciplinar y multicultural que excede los límites del disfraz.

“Comprender los géneros comunes provee de un entendimiento más profundo de la experiencia de los cosplayers con su selección de los personajes y el roleplay. Estos géneros contribuyen, a la vez que limitan, la diversidad del fandom del cosplay a la vez que los temas comunes que conducen a la elección del personaje. Además, la selección de personajes y géneros relacionados, al mismo tiempo que la identidad que el cosplayer desea proyectar, son primordialmente logradas a través del vestido y la apariencia.”²⁴ (Winge, 2019, p. 119)

Las propias categorías que se plantean a continuación, así como sus variantes, se pueden continuar desglosando en una infinidad de características. Al mismo tiempo, se pueden agrupar atendiendo a otros principios, sin embargo, estos métodos pueden resultar ser muy extensos, como ocurre con el género de ciencia ficción, o *sci-fi*; el cual no es solo bastante extendido, sino que cuenta con numerosas ramificaciones. A pesar de esto, no hay que olvidar que independientemente de la variante, el rasgo común radica en que todos son expresiones visuales no verbales comunicadas a través de las propias creaciones.

²⁴ Traducción propia. Original: “Understanding the common genres provide a deeper understanding for Cosplayers’ experiences with their selected character and roleplaying. These genres further contribute to and at times limit the diversity of the Cosplay fandom while also reflecting common themes that lead to character selection. Furthermore, character selection and related genres, as well as the identity the Cosplayer wishes to project, are primarily accomplished through dress and appearance.” (Winge, 2019, p.119)

Cosplay básico



En este caso, se entiende cosplay básico como la manifestación literaria de la práctica: la representación y caracterización en la realidad lo más fiel posible de un personaje de ficción. Si bien es cierto que no dispone de más complejidad en cuanto a definición, sirve para establecer una base con la que comparar las otras divisiones.

Al mismo tiempo, puede servir para identificar los arquetipos clásicos más comunes en la ficción sin necesidad de indagar en cualquier planteamiento adicional que aportan las demás variantes. También ayuda a entender tímidamente las razones por las que cualquier persona puede sentir decantación a la hora de elegir un personaje para su caracterización; aunque puede ser motivo para un análisis más en profundidad. Los arquetipos más repetidos por lo tanto son:

El héroe. Tradicionalmente la figura del héroe viene a representar una serie de ideales que se quiere alcanzar.

El antihéroe. La figura del antihéroe supone una dimensión más de profundidad que la que encarna el héroe,

aportando matices a la personalidad; sin embargo, esta capa suele mantenerse envuelta en misterio, permitiendo así la exploración, hueco para una identificación, pero también un espacio para resguardarse.

El villano. A pesar de ser considerado el contrario del héroe y de sus ideales, también supone un trasfondo de empoderamiento y motivación personal a través de formas de actuación que no terminan de ser aceptadas en el mundo real, pero no por esto erróneas. Además, esta capacidad de obrar permite desarrollar la propia historia e identidad, dando oportunidad a encontrar puntos de identificación con estos personajes.

El personaje secundario. Este tipo de personaje, generalmente, por cuenta propia no dispone del mismo grado de desarrollo ni reconocimiento, lo que supone un esfuerzo añadido a la hora de su realización y ejecución. Pero, es esta misma carencia dónde radica la fortaleza, ya que no solo supone una liberación de la presión que puede conllevar los otros arquetipos; sino que también se puede traducir como una libertad maleable de interpretación y desarrollo.

Fig. 32. El cosplayer Gehe luciendo un cosplay del personaje de Zagreus, del videojuego *Hades* (2018).

Crossplay

El término *crossplay* surge como juego de palabras entre los términos *crossdressing* (pudiendo traducirse a la voz española como *travestismo*) y *cosplay*. Como su nombre puede sugerir, el interés radica en que la caracterización es de un personaje de género diferente a la persona que lo realiza. Por lo tanto, la importancia se basa en esa acción de dimorfismo, debido a que estéticamente no debería de existir diferencia ante otro *cosplay*.

Las razones, al igual que ocurre generalmente, pueden ser muy variadas, pero destacan aquellas cuestiones por las que se busca cierto empoderamiento, reto, parodia, etc. Incluso la sensación de pertenencia a un grupo, real o ficticio, o el mero intento de atracción de la atención de la audiencia. Al mismo tiempo, no tiene porque denotar identidad u orientación sexual; ya que generalmente los marcos dónde ocurre el *cosplay* permiten, incluso animan, a la inhibición de cierta parte de la realidad, en lo denominado como *Efecto del martes de Carnaval*.

De hecho, Winge (2019) expone que “mientras que la predominancia del *crossplay* dentro del fandom del *cosplay* puede sugerir a los agentes externos que los *cosplayers* se está alejando del binarismo de género prevalente en el mundo real, un análisis más a fondo sugiere que los *crossplayers* no adaptan estas conductas de vestimenta a las actividades de fuera.”²⁵ (p. 64)

A pesar de esto, el *crossplay* puede aportar un enfoque interesante a cuestiones de género, ya que permite un mayor entendimiento de la vulnerabilidad a la que, sistemáticamente, está expuesta parte de la población, ya sea bien por cuestiones compartidas o específicas de la propia persona que se encuentre realizando el *cosplay*.

²⁵ Traducción propia. Original: “While predominance of *crossplay* within the *Cosplay* fandom may suggest to outsiders that *Cosplayers* are moving away from the gender binary prevalent in the real world, a deeper examination suggests *crossplayers* do not carry these dress behaviors to their jobs or into non-fandom activities.” (Winge, 2019, p. 64)



Fig. 33. Hakken luciendo un *cosplay* del personaje de Zhongli, del videojuego *Genshin Impact* (2020).

Gender-bend

Siguiendo con cuestiones de género, y en cierta forma en oposición a lo que ocurre con el *crossplay*, existe el *genderbend*. Mientras el primero parece adaptar el cuerpo al género del personaje, en esta vertiente se adapta el género del personaje al de la persona que se encuentra realizando el cosplay. A pesar de esto, las razones, resultados y enfoques que aporta son similares a los de la variante del *crossplay*.

Pero, en ambos casos existe un componente interesante a considerar: la performatividad que permiten los géneros. Según Butler (1993) el género no es fijo ni binario, sino que es puesto en actuación. Este gesto performativo se acentúa sobre todo si está en combinación con la capacidad expresiva que permite el cosplay. "El género está instituido a través de la estilización del cuerpo, y, por lo tanto, debe ser entendido como la forma mundana en la que los gestos corporales, movimientos y decretos de varia índole constituyen la ilusión de un género acatado por el ego."²⁶ (Butler, 1988, p. 519)



Fig. 34. Versión *gender-bend* del personaje de Pamela Lillian Isley, mejor conocida como Hiedra Venenosa de DC Cómics.

²⁶ Traducción propia. Cita original: "Gender is instituted through the stylization of the body and, hence, must be understood as the mundane way in which bodily gestures, movements, and enactments of various kinds constitute the illusion of an abiding gendered self" (Butler, 1988, p. 519)

Kigurumi (着ぐるみ)

También denominado como *Kigu* o *Kig*, consiste en la representación de un personaje no humano. El término proviene de las palabras japonesas *Kiru* (着る, llevar) y *Niigurumi* (ぬいぐるみ, peluche). De hecho, originalmente denominaba a la práctica de personificación de animales al cubrir todo el cuerpo con tela de peluche, materiales similares y aditamentos que simulen la antropomorfización de animales pertenecientes a historias o leyendas. Con el tiempo, ha acabado denominando a los trajes de los personajes de animación que aparecen en parques de atracciones o las mascotas de ciertas compañías, sobre todo en Japón, dónde es común la aparición de estos personajes en eventos promocionales. En estos casos, la comunicación verbal no suele ser una opción, por lo que se debe recurrir a la pantomima.

Otra derivación que ha surgido actualmente de la palabra *kigurumi* es aquella que describe una prenda de vestir parecida a un pijama o ropa de estar por casa, pudiendo ser llamada también disfraz o onesie. En estos casos, en los que generalmente la cabeza, o simplemente la cara, queda al descubierto, se puede optar por la realización de un maquillaje acorde al personaje.

Lo fundamental e interesante en esta variante, y en otras similares que se nombran a continuación, es la capacidad de proyección y adaptación de formas no humanas a sobre el propio cuerpo; anteponiendo, en muchos casos, la estética con todo lo que esa decisión conlleva.



Fig. 35. Disfraz que entra en la categoría de kigurumi, en este caso del personaje de Pluto, de la franquicia Disney.

Animegao (アニメ顔)

El *animegao* es una división dentro del propio *kigurumi*. En este caso, el término se puede traducir como cara de *anime* o *anime face*, ya que viene de la unión de *anime* (アニメ) y *kao* (顔, rostro), y se trata de la representación literal de personajes de animes más allá del vestuario; es decir, llevando a la realidad los rasgos. Para encontrar la exacta caracterización se puede intentar a través del maquillaje, sin embargo, es mucho más común la utilización de máscara que cubran la cara, o incluso la cabeza, en su totalidad.

A pesar que no es tan extendido como otras modalidades, sobre todo en Japón, si es cierto que en los últimos años realizar un cosplay de este tipo es cada vez más común, tanto que incluso a los cosplayers que lo practican se les puede denominar *dollers*.



Fig. 36. Animegaos de Cirno y Mokou, personajes de la franquicia de videojuegos *Touhou Project* (東方Project Tōhō Purojektō).

Gijinka (擬人化)

Gijinka se puede traducir como humanización, por lo tanto, esta variación consiste en trasladar a la imagen humana algo que no lo es, generalmente un animal o similar, aunque se puede extender a otros temas (estaciones, colores, comidas, etc). Por lo tanto, hay cierta importancia en el hecho de que a través de la vestimenta, los accesorios, los rasgos e incluso la paleta de colores o texturas se debe de recordar al motivo original. Incluso, se puede optar por acompañar el cosplay con alguna figura o peluche que permita de esta forma garantizar un sencillo reconocimiento.

No solo el diseño de la adaptación es un factor importante, sino que a la hora de llevarlo a un cosplay este va a requerir de un mayor nivel de esfuerzo al tener que interpretar personajes no humanos, aunque también puede aportar mayor libertad en este campo al no tener un referente marcado.

Además, existe una versión más específica que consiste en la realización de personajes adorables femeninos con cierta apariencia infantil, denominada *moe gijinka* (萌え擬人化).



Fig. 37. Gijinka de Totoro, de la película de Studio Ghibli *Mi vecino Totoro* (1988, とんりのトトロ *Tonari no Totoro*)

Furry

Esta agrupación, llamada también *furries* o *furry kin*, coexiste controversialmente tanto dentro de la subcultura del cosplay como otra externa y diferenciada. En la práctica, los miembros de esta subcultura, pudiendo ser llamada como *furry fandom*, *furdom* o *furrydom*, se caracterizan por la representación a través de animales, incluidos los seres fantásticos, antropomórficos; siendo generalmente alter egos o personajes originales. En aquellos casos más extremos la persona puede llevar la representación al plano de la propia caracterización a través de lo denominado como *fursona*, un portmanteau de *furry* y *persona*.

Para lograr una *fursona*, se necesita un *fursuit*, una vestimenta específica, generalmente un traje que incluye cuantas más características posibles del animal, pudiendo llegar a emplear piel falsa. Estos elementos son realmente difíciles de hacer debido a los propios materiales y problemas constructivos a la hora de adecuarlo al cuerpo humano.

También se puede generar una división entre aquellas ocasiones en las que no se emplea un traje en su totalidad, pero sí que se emplean elementos como accesorios que denotan la relación con la práctica. Estas son el *kemono* (獣 o ケモノ, bestia), cuando la apariencia hay predominancia animal; y el *kemonomimi* (猫耳, orejas de animales) cuando predomina la parte humana.

A pesar de su incorporación a la cultura popular y su extensión, no se sabe muy bien el motivo, pero es una práctica altamente fetichizada y explotada, llegado a ser tratada como objeto de consumo sensacionalista, exótico, satírico e incluso erótico y sexual.



Fig. 38. Tres personas llevando un *fursuit*.

Mecha (メカ)

Pudiendo referirse a esta práctica también como *meca* o *meka* (abreviación de mecánico), consiste en la representación de cualquier tipo de robot de la ficción, popularmente sobre todo en la ficción japonesa, incluyendo también *cyborgs*, naves, robots pilotables, o cualquier forma de vida biológica con armaduras.

Al no asemejarse, en su mayoría a formas humanas, tienen una serie de complejidades añadidas. No solo a la hora de moverse o comunicarse con el cosplay puesto, sino que además es considerado una de las variantes más complejas debido al nivel preciso requerido en los acabados, o simplemente por la propia elección de los materiales.



Fig. 39. Mecha de la franquicia de series animadas *Gundam*.

Steampunk

El *steampunk* es un claro ejemplo de las muchas variedades que se pueden generar dentro del mundo del cosplay siguiendo la estética de ciertas corrientes. Por sí mismo, se considera un género independiente de la ciencia ficción que existe desde 1987, con la carta que envió K. W. Jeter (1950) a la revista *Locus*. Este basa su estética en una ficticia realidad alternativa que emplea la tecnología propulsada por la máquina de vapor en contextos anglosajones victorianos o del lejano oeste estadounidense, en vez del petróleo como fuente prima de energía.

Lo llamativo de esta corriente es que, a diferencia de otras estéticas distópicas *punk* como puede ser el *cyberpunk*, ha conseguido lograr vida independiente; extendiéndose más allá de la literatura o los medios audiovisuales, y logrando adentrarse en otras culturas como ocurre con el cosplay. Esto puede deberse al interés que generan las posibilidades de explorar realidades alternativas en la sociedad contemporánea.

Además, en la práctica del cosplay, como indica Winge (2019), este género, al igual que otros, permite no solo disponer de cierta originalidad que contar a través de la caracterización; sino que además es considerado un logro mostrar un personaje reconocible a la vez que narrar una historia o versión distópica. De esta forma, se logran personajes realmente complejos, sobre todo aquellos femeninos, ya que su presencia es limitada.



Fig. 40. Versión steampunk de los personajes de Elsa y Anna, de la película de Disney *Frozen* (2013).

Mash-up

Un cosplay *mash-up* es la combinación de dos o más personajes, pudiendo ser no solo personajes ficticios, sino también figuras de la cultura popular. Estas combinaciones generalmente tienen cierto tono de humor, que se pueden llegar a reflejar de buena forma en los nombres que le dan los creadores.

La atracción que tiene este tipo de cosplay radica en la motivación de reconocimiento por parte externa bien sea de los personajes o de la vinculación que pueden tener estos mismos, aunque, a su vez conlleva la desventaja de que no se logre dicho objetivo, o incluso que no se logre realizar un diseño que llegue a transmitir lo deseado.



Fig. 41. McThor, combinación de los personajes Ronald McDonald, mascota de la cadena de comida rápida McDonald's, y Thor, del universo cinematográfico de Marvel. Idea original de Brandon Isaacson.

Personajes originales

La última variante del cosplay nace de la propia imaginación de quién realiza cosplay a través de personajes originales, o comúnmente conocidos por OC (abreviación de la voz inglesa *Original Character*). Si bien es cierto que esta variante del cosplay no posee el mismo grado de interés debido a los planteamientos que denotan o a la estética propia que los caracteriza, lo cierto es que el propio componente de originalidad tiene tal grado de atracción que lo hace destacar por cuenta propia.

Al igual que el resto, estos personajes también necesitan una historia que dirija y establezca su comportamiento, a pesar de que puede que solo el propio creador sea quien conoce esto.

“En los últimos años, cosplayers han creado personajes nuevos y originales, pero siguen encajando en un género específico, o incluso creando combinaciones de personajes de dos o más personajes o géneros existentes. El desarrollo de estos personajes originales provee al cosplayer de iniciativa y empoderamiento. Estos personajes, sin embargo, no existen sin sus desventajas como puede ser falta de reconocimiento o dificultad a la hora de diseñar la apariencia.”²⁷ (Winge, 2019, p. 17)

²⁷ Traducción propia. Cita original: “In recent years, Cosplayers have been creating new original characters but still fit within a specific genre or even creating mash-up characters from two or more existing characters and/or genres. The development of these original characters provides Cosplayers with agency and empowerment. These characters, however, are not without their drawbacks, such as a lack of character recognition and difficulty with designing the appearance.” (Winge, 2019, p. 17)



Fig. 42. Cosplay realizado como promoción para el corto *The Gate, Nothing is Coming* (2019), de Kevin Huckabee.

Problemática del cosplay

Como se ha podido ir observando, el cosplay no está exento de cuestiones y situaciones que aportan retos por superar ni de problemática. Como vaticina Winge (2019):

“La comunidad del cosplay se enfrenta con numerosos retos, pero está respondiendo con soluciones creativas e innovadoras. Históricamente, la fuerte presencia femenina en el cosplay ha supuesto un punto a favor. La influencia femenina anima difundiendo tutoriales y apoyando un cosplay positivo. Ellas también abrazan la inclusividad y diversidad entre cosplayers. El fandom puede encontrar sus mejores soluciones en la estructura social y conocimiento común. Además, estos asuntos reinventan la comunidad y el ambiente, el cual impacta la experiencia vivida por los cosplayers.”²⁸ (p. 164)

Puede que sea por esta razón, la alta participación femenina en la subcultura, que las primeras quejas que aprecian coincidan con la hipersexualización de ciertos personajes, sobre todo femeninos, con tópicos hegemónicos y rasgos extremos; derivando en un reducido número de estos para su realización con el cosplay. Las soluciones que se han encontrado son el empoderamiento a través de caracterizar personajes masculinos, la naturalización de aquellos hipersexualizados, e incluso un sometimiento a una mayor hipersexualización para demostrar su ridiculez.

Esta alta presencia de la mujer también supone un desafío en las convenciones, ya que históricamente están han tenido una predominancia masculina. Es así como la *mirada masculina (male gaze)* resulta en situaciones problemáticas ya que define y confina una subcultura cuya predominancia es femenina dentro de una percepción estereotipada masculina. Como puede ser la existencia de un gran número de personas que interpretan los disfraces como forma de consentimiento implícito, provocando situaciones de incomodidad, peyorativas y de acoso y asalto.

A pesar de que la propia mentalidad de la subcultura se opone a la mentalidad dual misógina de la sociedad, enorgullecándose de acciones tradicionalmente asociadas

a lo femenino como coser, hay un miedo latente por un posible cambio demográfico desfavorable que traiga un agravamiento de los dobles estándares.

De la misma manera, también hay que tener en cuenta la singular masculinidad presente dentro de la subcultura y que difiere de la convencional. Ya de por sí, para grupos externos a la práctica, disfrazarse puede suponer un motivo para la burla y la crítica, sobre todo es una persona masculina quién lo lleva a cabo. Algunas de estas personas optan por llamar equipamiento al disfraz, o una elección de personajes hipermasculinizados como reafirmación. Sin embargo, esto último puede acarrear otras críticas y ridiculizaciones si no se cumplen con las expectativas.

Al mismo tiempo, la marginalización de los cuerpos, y el consecuente *body shaming*, acaba apareciendo por otras cuestiones al haber una carencia de personajes que reflejen la diversidad de pesos, tallas, géneros, edades, color de piel o incluso discapacidad.

Incluso con la creación de un movimiento dentro de la cultura del cosplay, denominado *cospositive*, cuya iniciativa es promover y disfrutar del cosplay independientemente de estas cuestiones, siguen existiendo debates morales, como el empleo del *blackface*²⁹ o el *whitewashing*³⁰, y cuestiones por reflexionar, como ocurre en las

²⁸ Traducción propia. Cita original: “The Cosplay fandom is faced with numerous challenges but is responding with creative and innovative solutions. Historically, the strong female presence in the Cosplay fandom has served it well. The female influence encourages disseminating tutorials and supporting positive Cosplay. They also embrace the inclusivity and resulting diversity among Cosplayers. The fandom may find its best solutions in the social structure and communal knowledge. Furthermore, these issues reinvent the Cosplay fandom and environment, which impacts the lived experience of the Cosplayer”. (Winge, 2019, p. 164)

²⁹ Práctica consistente en el empleo de una persona caucásica maquillada para la representación de personajes de color.



Fig. 43. Cartel de Cosplay is not consent (El cosplay no es consentimiento). Motivo empleado empleado desde la subcultura para promover el respeto y recordar que los cosplayers siguen siendo personas.

personas que requieren de animales de servicios debido a su discapacidad.

Asimismo, todas estas cuestiones pueden agravar la exotización, fetichización y explotación visual a la que someten ya de por sí agentes externos. Es común en los individuos que poseen ese pensamiento el intentar lucrarse sin consentimiento, por ejemplo a través de la venta de material audiovisual, o la búsqueda de conflicto sensacionalista.

“La explotación de los cosplayers no es probable que pare fácilmente, ya que es financieramente rentable e incluso apoyado en cierto grado por la propia subcultura. Los cosplayers continúan posicionándose ellos mismos en riesgo porque mucha de la explotación del fandom ocurre en conexión a fotografías y la actitud centrada de la imagen de la práctica. El crecimiento rápido de la subcultura expande de la problemática con la posible explotación.”³¹ (Winge, 2019, p. 143)

Esto también se debe a la confusión que puede generar el cosplay con festividades dónde la presencia del disfraz es aceptada. A pesar de que los propios cosplayers contribuyen a esta confusión, en estas ocasiones disponen de diferentes ambientes, relaciones y reglas sociales. Confusión similar ocurre con el mundo del drag.

Otra fuente de problemática la constituyen las convenciones. No solamente el hecho de que un cosplayer encuentre dificultad a la hora de moverse por un evento por las continuas interrupciones que puede tener; sino también existe la preocupación de los espacio dónde realizar-

³⁰ Práctica que consiste en la representación a través de personas y/o personajes caucásicos de roles tradicionalmente pertenecientes a otras etnias.

³¹ Traducción propia. Cita original: “The exploitation of Cosplayers is not likely to end easily because it is financially profitable and even supported to some degree by the fandom. Cosplayers continue to place themselves at risk because most of the fandom’s exploitation happens in connection to photographs and the fandom is image-centric. The rapidly growing popularity of the subculture further problematizes the potential for exploitation.” (Winge, 2019, p. 143)



Fig. 44. Ejemplo de un caso en el que el cosplay que puede recibir críticas al no ser fiel a la fuente de origen.



los, y como organizarlos propiamente. Pudiendo generar debate sobre si es mejor una disposición que permita más fans, o priorizar a los vendedores.

Esto conlleva cierta marginalización de la subcultura por parte de otros fandoms, quienes de por sí tienen sus propios miramientos debido a la modificación y adaptación de las normativas que están llevando a cabo en ciertos eventos para poder incluir de forma más segura el cosplay, desatendiendo otro tipo de actividades. Incluso desde dentro de la subcultura se considera que ciertas normas que se han promovido recientemente pueden llegar a ser opresivas y comprometer la integridad de los personajes. Estas nuevas reglas afectan sobre todo a aquellos trajes que pueden ser demasiados reveladores o que porten *props* armamentísticos.

Aunque estas nuevas medidas se están llevando a cabo para poder crear espacios más inclusivos para el aumento de familias asistentes. Aparentemente se están intentando crear atmósferas más cómodas, pero la realidad parece apuntar que gran parte de la responsabilidad en este sentido recae sobre los cosplayer, sobre todo en lo refe-

rido a tratar con quienes aún se encuentran en su niñez. Estos asumen que los cosplayers son los individuos que conocen de los medios originales.

Esto se puede relacionar al mismo tiempo con los retos que derivan de la identidad. No solo en situaciones similares, sino también en cómo es percibido un individuo. De forma colectiva, los cosplayers son tratados, al igual que otros grupos, como sujetos que habitan en los extremos de la sociedad con torpeza social, lo que puede desarrollar un sentimiento de ansiedad en la persona. No solo eso, sino que también puede suponer la creación de una identidad alternativa. Las razones para esto puede ser evitar la vergüenza que pueda suponer la asociación con términos como *friki*, *nerd*, *geek* o similares; mantener el anonimato, sobre todo si puede entrar en juego las relaciones personales del individuo.

“Hay un peligro en la cultura del cosplay con líneas difusas entre el mundo real y las actividades de fan y vestirse de forma reservada principalmente para convenciones, competiciones y actividades sancionadas. A pesar de los sentimientos positivos asociados a vestirse como un

Fig. 45. Disposición y afluencia de parte de la planta baja del Recinto Ferial de Santa Cruz de Tenerife durante la Summer-Con de la Tenerife Lan Party en 2019

personaje querido en la vida diaria, tienen el riesgo de ser identificados como un cosplayer, con las asociaciones negativas asociadas por lo convencional. La subcultura también tiene riesgo de diluir la importancia y significado de las agrupaciones oficiales y la transformación completa en personajes. La cultura necesitará redefinirse a sí misma al existir en el mundo real con estas nuevas expectativas y limitaciones.”³² (Winge, 2019, p. 171)

Sobre todo, la necesidad de redefinición vendrá también impulsada por cuestiones externas. Recientemente, el gobierno japonés ha endurecido sus medidas para la protección de los derechos autor de diferentes compañías e individuos, llegando a analizar si los cosplayers profesionales podrían ser considerado como individuos que están violando estas leyes, Aunque aún no se haya promovido documentación oficial al respecto, es un claro ejemplo de disputas externas a las que hay que adaptarse.

Otro ejemplo, de carácter menor, es tener lidiar con *hatters*, o acosadores; aquellos individuos no precisamente dentro del fandom, pero que se muestran con aires de superioridad. Esto lo hacen molestando, cansando y llevando al límite a los demás a través de novatadas, críticas duras, y preguntas rebuscadas que puedan hacerlos parecer de expertos.

En menor medida, también se encuentran una serie de desafíos personales. Generalmente relacionadas con la complejidad a la hora de desarrollar ciertos elementos o trajes que requieren de habilidades y entendimiento de muchos procesos; una gran cantidad de materiales y la relación entre los mismos; si se requiere efectos deseados de iluminación, sonoridad o expulsión de sustancias; la administración del tiempo y energía para completar el cosplay a tiempo; incluso para aquellos trajes que cambian de apariencia y que suponen el desarrollo de más de una personalidad.

³² Traducción propia. Cita original: “There is a danger to the Cosplay fandom with this blurring of lines between the real world and fan activities and dress primarily reserved for conventions, competitions, and sanctioned activities. Despite the positive feelings associated with dressing as their beloved characters in everyday life, they risk being identified as a “Cosplayer” with the associated negative associations by the mainstream. The fandom also risks diluting the significance and meaning of the official gatherings and complete transformations into characters. The Cosplay fandom will need to redefine itself as it exists in the real world with these new expectations and limitations.”(Winge, 2019, p. 171)

Investigación específica

Superada la primera parte de la investigación, en la que el interés de la misma era la búsqueda de información que sirviera a modo de contextualización; en esta, el foco de atención recae en la experiencia, más concretamente, en la de aquellas personas que se ven vinculadas a la práctica de la subcultura.

Para desarrollar este apartado, originalmente se interesó por realizar, tanto encuestas como entrevistas, a los asistentes y organizadores de distintos eventos que recogían actividades de cosplay entre su programación. Siendo estos la Tecnocon y la Canary Game Show (CGS). No obstante, el plan fue modificado por varias razones, por lo que, se acabaron llevando a cabo métodos de observación propios de una salida de campo, y encuestas.

Además, de forma un tanto imprevista, se logró mantener una conversación, sin llegar a ser una entrevista indirecta, con carácter retroactivo con la cosplayer Verónica Fortes González durante el Concurso de Cosplay de la tienda Nakama Mundo Friki.

Si bien es cierto que el siguiente apartado a desarrollar es considerablemente más breve que el anterior, es debido a una serie de factores. En primer lugar, debido a la temporalidad del proyecto y los niveles de restricciones establecidos para controlar la crisis socio-sanitaria de la CoVid-19 no se disponía de un gran número de eventos en los que el cosplay tuviera presencia. En segundo lugar, no hay que olvidar que, como práctica considerada mayoritariamente como hobby, el cosplay tiene como uno de sus puntos fuertes el sentimiento de comunidad, por lo que realizar una entrevista bien fundamentada es capaz de generar unos resultados satisfactorios.

Salida de campo



El sábado 13 de noviembre de 2021 tuvo lugar en el centro de Arte La Recova (Santa Cruz de Tenerife) el evento conocido bajo el nombre de *Tecnocon*, actuando como preludio y parte de los distintos eventos que se aglutinan bajo *Canary Game Show (CGS)*; el cual contaba con un concurso de cosplay cuyo premio era una entrada con acompañante al futuro evento de CGS.

La intención de asistencia, como se ha mencionado anteriormente, era la realización de encuestas al público asistente, y si se daba la oportunidad, a los participantes, e incluso a los organizadores. Sin embargo, debido a las restricciones presentes por la crisis socio-sanitaria derivadas por la pandemia de la CoVid-19, no se pudo llevar a cabo el cuestionario que se habían preparado, por lo que se decidió realizar una observación directa. De lo que se pudo extraer la siguiente información.

El concurso tuvo lugar en la plaza delantera del edificio, en la que se había montado, en el lado contrario de la

puerta, un pequeño escenario con su correspondiente pantalla; y en medio, filas de sillas. Todo el espacio se encontraba precintado con la intención de controlar el aforo. Una vez completo este, se permitió a la gente ubicarse en los alrededores. Se podía apreciar una alta afluencia, con acumulación de personas en ciertos lugares, demostrando de esta forma que era una ocasión interesante

Entre los asistentes al evento, predominaba aquella franja de edad entre quince y treinta años. Aquellas personas que se ubicaban fuera de este rango, coincidían, en su mayoría, que eran padres, madres, familiares o acompañantes adultos de los más jóvenes. A pesar de esto, el carácter general era bastante amistoso.

Al mismo tiempo, una gran parte del público iba vestido con elementos distintivos que remiten a la cultura asiática de alguna forma: ropa, merchandising, complementos, estilos de vestimentas. Entre los casos más extremos se podía identificar elementos como pelucas, ropaje, props

Fig. 46. Disposición y público asistente a la Tecnocon mientras se esperaba al comienzo de los actos.



o pintura facial propios de personajes de ficción como el manga, anime y otros medios fácilmente reconocibles.

También, gracias a la identificación de una persona del público con discapacidad motora aparente se pudo comprobar que el lugar estaba correctamente adaptado a la inclusión.

A pesar de que no se pudo dar un acercamiento con los organizadores ni con el jurado, estos fueron presentados como Leo, ganador en varias ocasiones del concurso de disfraces del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, y conocido localmente por su caracterización del Capitán Jack Sparrow, de la franquicia cinematográfica *Piratas del Caribe* (*Pirates of the Caribbean*, 2003 - 2017); y Agueda, ganadora varias veces de distintos concursos de cosplay y dueña de la tienda lagunera *El Árbol Blanco*, en el Espacio Cultural Agüere. Comentar que ella iba con un cosplay *genderbend* de Magneto, personaje ficticio del universo de los *X-Men*, de la franquicia *Marvel*.

Respecto a los participantes, según el propio jurado, muchos eran primerizos, pero a pesar de esto lograron demostrar mucha seguridad, disfrute, así como consiguieron responder correctamente aquellas preguntas realizadas sobre los trajes.

Finalmente, en el tiempo en el que el jurado debatía el ganador, se propuso al público participantes del concurso incluido, que había asistido realizando o llevando alguna pieza de cosplay la posibilidad de ganar merchandising si bailaban sobre el escenario al ritmo de k-pop, estilo de música pop proveniente de Corea. No sólo hubo buena recepción, sino que además se llegaron a subir de forma espontánea otras personas, demostrando una vez más el ambiente desenfadado, alegre y colaborativo de este tipo de eventos.

Fig. 47. Disposición y público asistente a la Tecnocon mientras se esperaba al comienzo de los actos desde otra perspectiva.

Encuesta

Del 3 al 5 de diciembre de 2021 tuvo lugar el evento conocido como Canary Game Show en la planta baja del Recinto Ferial de Santa Cruz de Tenerife. Este evento, similar a otros de la misma categoría, está enfocado a promover la industria del videojuego, pero también recoge otras muchas actividades destinadas a la visibilización y transmisión de elementos de la cultura popular, tanto contemporánea como *retro*.

La asistencia a este evento permitió la realización de una breve encuesta³³ a aquellas personas que se encontraban realizando cosplay. Abarcando distintas categorías, las preguntas están dirigidas en comprobar si el perfil regional e insular de las propias Islas Canarias coincide con el establecido, a la vez que se enfocan a deducir posibles puntos que pueden aportar una oportunidad para seguir trabajando.

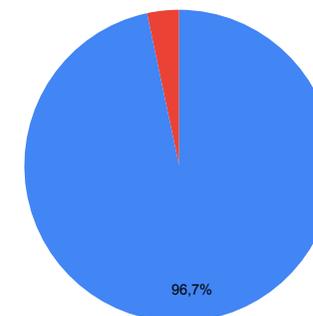
A la hora de encuestar, todos los participantes se mostraron interesados a la par que emocionados, ofreciendo su ayuda, tanto en el momento como de cara a un futuro. A nivel de respuestas, hay una alta coincidencia en muchas de ellas, a pesar de que se encuestó de forma individual. También demostró que el perfil coincide, en líneas generales, con la investigación previa.

Entre todas las preguntas se pueden ir apreciando ciertos problemas, inconvenientes, y en cierta forma necesidades, a las que se enfrenta la comunidad. Estas cuestiones comunes como son la falta de espacio o problemas con la obtención de materiales, posiblemente se ven agravadas con el fenómeno insular con el que conviven los encuestados; constatándose de esta forma a través de las respuestas a las últimas tres preguntas. En estas se puede apreciar una acogida positiva al plantear mecanismos por los que otorgar mayor exposición a la cultura del cosplay.

³³ Matriz ponderada de preguntas: Anexo I.
Resultados: Anexo II

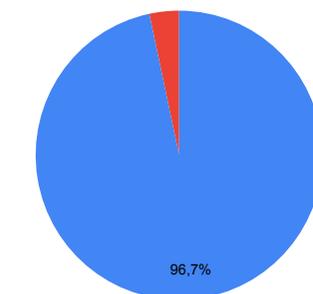
¿Crees que podrían existir más eventos dedicados al cosplay?

● Sí
● No



¿Te gustaría que hubiera un espacio colaborativo dónde trabajar estos proyectos?

● Sí
● No



¿Te gustaría que hubiera algún organismo que se encargue de promover el cosplay?

● Sí
● No

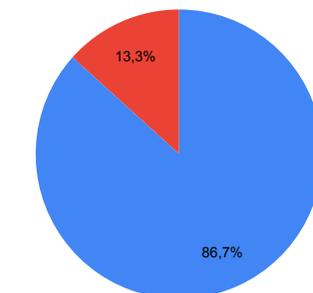


Fig. 48 (Arriba), 49 (Centro) y 50 (Abajo). Gráficas con los resultados en porcentajes a las tres últimas preguntas de la encuesta.

Conversación con cosplayer

Nakama Mundo Friki es una tienda especializada en artículos de merchandising de distintas creaciones de ficción de cultura popular, encontrada en la primera planta del Multi-centro Comercial EL Trompo, en el municipio de La Orotava. La propia tienda organizó dentro de su establecimiento un concurso de cosplay el pasado sábado 30 de abril.

Aunque la intención original era llevar a cabo una segunda observación, menos en profundidad que la primera, se acabó conversando con la dueña del negocio y averiguando que uno de las razones por la que se organizó el concurso era la de volver a motivar a la gente tras los eventos ocurridos en los últimos años.

Respecto a las bases del concurso, los criterios que se iban a seguir para elegir al ganador era la originalidad y lo laborioso del conjunto, pero también se pudo apreciar cosplays adquiridos. Entre los distintos elementos realizados predominaba tanto la goma EVA como la impresión 3D.

También se pudo hablar con algunos de los participantes, quienes no tardaron en expresar sus preocupaciones, entre las que destacan la dificultad de obtener materiales o patrones, y la disposición de espacios.

Por último, se pudo mantener una conversación, actuando casi como una entrevista indirecta, con la cosplayer Verónica Fortes Gonzalez quien lucía un cosplay de *Lara Croft* (2018) y estaba presente como jurado.

Ella contaba que lleva quince años dedicándose al mundo de la caracterización entre el *body painting*, el teatro, el cosplay e incluso la animación. En lo referido al cosplay, argumentaba que le gustaba participar con cosas hechas por ella, ya que el componente más importante del cosplay considera que es la realización y caracterización; de lo contrario, si fuera algo simplemente adquirido, sería un simple concurso de disfraces.

Además, se interesó por mencionar distintos aspectos en lo relacionados a los concursos de esta temática, como



pueden ser las distintas categorías, temáticas, clasificaciones, elaboración de las vestimentas y complementos, o exclusividad de los personajes. Aunque estos puntos suelen venir delimitados por la propia normativa de cada evento, coincide que suele haber una norma muy básica, que es la de no llevar nada que suponga un problema para las demás personas, como puede ocurrir con las armas. Añadía también que en eventos grandes es común el tener que presentar material del proceso de elaboración del cosplay.

Aclaraba a su vez que normalmente los concursos de cosplay suelen tener un apartado de preguntas sobre cuestiones más técnicas que suele ser después de la actuación. Para esto, ella recomendaba ser totalmente transparente en las respuestas, ya que por un pequeño percance la puntuación se puede ver totalmente afectada, llegando en caso extremos a descalificaciones.

Por último, aconsejaba que si no se tiene un parecido físico con el personaje, hay que buscarlo y potenciarlo. Así como recomendaba el cosplay como actividad con niños, ya que transmite valores y actitudes positivas, permitiendo de esta forma que la gente sea divertida, sin vergüenza o complejos.

Fig. 51. Verónica Fortes caracterizada con *body painting* como el Titán Hembra del manga y anime *Ataque a los Titanes* (2009-2021; *Shingeki no Kyojin* 進撃の巨人) durante la CGS.

Conclusiones de la investigación

Llegado a este punto, se puede apreciar que el cosplay se compone de un paradigma realmente amplio, que, combinado con su alta maleabilidad, es capaz de adaptarse y extrapolar conocimientos de otras disciplinas, así como servir como mecanismo de tantas otras gracias a las capacidades y cualidades que aporta a la persona que realiza el cosplay, aunque solo se involucre en una parte del mismo.

Es innegable, por lo tanto, decir que el cosplay se compone de un alto factor humano, ya que no solo basa sus principios en la capacidad creadora; sino que además, durante años ha sido un gran ejemplo de una filosofía de comunidad cooperativa y colaborativa nacida desde la pasión, el disfrute y la autosuperación.

De esta forma, y a pesar de que los principios del cosplay resuenan en mayor medida con aquellos de la labor manual, también es posible entrever el acercamiento que tiene con el campo del diseño, y cuya relación parece ser tímida en comparación con las demás.

Es precisamente este planteamiento el que actúa como la primera idea conductora de este proyecto. Producir un mayor acercamiento entre ambas partes no se puede considerar una idea inverosímil, ya que, incluso de manera latente, poseen puntos en común. Innovación, planificación, organización, etc; pero sobre todo, el factor humano que mencionaba anteriormente.

El diseño, por lo tanto, debe cumplir con la responsabilidad de dotar objetos, servicios o infraestructuras, pero estos deben de incorporar también mensajes y cambios, para lo que puede emplear al cosplay como vehículo. Al mismo tiempo, el cosplay trae consigo beneficios que ya han sido comentados, por lo que puede emplear al diseño recíprocamente como vehículo para hacer llegar estos componentes, a priori invisibles, a la gente de forma eficaz.

Gracias a las dos primeras herramientas empleadas durante la investigación secundaria se puede identificar, si bien no una necesidad, si una oportunidad en la que la

disciplina del diseño puede aportar distintos recursos efectivos tanto para la concepción, comprensión, promoción, participación activa y autonomía del cosplay. A través de la tercera y última herramienta que se llevó a cabo, se pudo obtener un breve *feedback* a modo resguardo sobre el camino que el proyecto estaba siguiendo.

Como se ha mencionado, gracias a la encuesta realizada, muchos de los cosplayers tienen dificultad con distintos aspectos que conforman la propia práctica. Al mismo tiempo, de forma general, a los encuestados le gustaría disponer de una mayor cantidad de eventos, un lugar donde poder preparar las distintas creaciones o incluso un organismo que se encargue de la promoción de la subcultura que se ha generado.

Aunque no aparezca con notoriedad en la encuesta, también hay que atender a esas ocasiones en la que las respuestas a los inconvenientes que conlleva el cosplay eran críticas, confusión, así como comentarios y miradas peyorativas.

Por lo tanto, teniendo esto en cuenta, y a través de una perspectiva de diseño, una oportunidad sólida que ofrece este panorama es la creación de una entidad enfocada al cosplay que permitiría aunar las distintas conclusiones:

1. Existe una dificultad común por disponer de espacios en los que se pueda trabajar, y no solo esto, sino que además, este espacio debe garantizar una serie de requisitos como amplitud, seguridad, iluminación, ventilación, etc.
2. La adquisición de ciertos materiales puede llegar a ser realmente costosa; sobre todo en aquellos casos que no se requiere una gran cantidad de material o la única forma de adquisición es a través de grandes lotes. Además, debido al panorama insular, los procesos de envíos, si llegan a existir, pueden suponer un incremento añadido del precio.

3. La capacidad de disponer de ciertas herramientas y maquinarias que permiten facilitar ciertos procedimientos no es una realidad al alcance de la mayoría. Incluso contando en la actualidad con empresas tienen la capacidad de proporcionar estos mismos servicios, puede seguir suponiendo un esfuerzo.
4. A pesar de compartir una línea de pensamiento basada en distintos movimientos que buscan reducir el impacto ecológico como lo son el reciclaje, el *DIY*³⁴ o el *upcycling*³⁵, el cosplay sigue generando ciertos residuos que no se terminan de aprovechar. Esto ocurre bien por desconocimiento o bien por falta de investigación, tanto de los materiales existentes como aquellos en desarrollo.
5. Incluso teniendo una perspectiva adaptable a distintas situaciones y un carácter generalmente positivo, no hay que olvidar la existencia de ciertos casos en los que se genera inseguridades, crítica y acoso; por lo que, en cierta forma, es necesario seguir reforzando la idea de comunidad, tanto interna como externamente, al mismo tiempo que informar sobre la subcultura y sus componentes.
6. En relación con lo anterior, no solo es cuestión de informar, sino también es necesario promocionar los beneficios que se pueden obtener a través del cosplay, tanto de su realización como ejecución.

De esta forma, el diseño se puede encontrar frente al gran reto de proporcionar los distintos recursos, materiales y componentes que van en esta dirección. Aunque, al igual que en otras situaciones, el diseño por cuenta propia no puede llegar lejos en lo que a la transmisión de la efectividad se refiere si no cuenta con una relación recíproca entre otras disciplinas del conocimiento.

Lograr acatar dichas conclusiones, no solo serviría en beneficio para la propia empresa, sino que además, si se ejecuta de forma correcta, podría tener efectos positivos en el entorno en el que se establezca, ya que podría actuar como punto de referencia para el mismo al nutrirse de los valores de cooperación, colaboración y comunica-

ción. Asimismo, el diseño vuelve a tener cabida para el desarrollo de soluciones, desde su planteamiento hasta su materialización.

³⁴ DIY: Abreviatura de *Do It Yourself*, Hazlo Tú Mismo.

³⁵ Upcycling. Aprovechamiento de productos, materiales de desecho o residuos para fabricar nuevos materiales o productos de mayor calidad, mayor valor ecológico y mayor valor económico. Denominado también como suprarreciclaje, supraciclaje, sobreciclaje o reutilización creativa.

Fase de ideación

A pesar de que la siguiente fase que se muestra es, sin duda alguna, la más breve del cómputo total del proyecto, no hay que desatender su importancia, debido a que es la que hace posible aglutinar las partes previas y venideras a la vez que generar orden, y por consiguiente, un plan de actuación.

Para esta etapa se ha realizado un breve *briefing*, con el que se destacan una serie de características a tener en cuenta; así como, se proponen una serie de elementos a desarrollar que representan las distintas posibilidades que ofrece la elección temática. También, se incluye un cronograma que permite visualizar lo que se ha mencionado anteriormente.

Briefing

1. Público objetivo

Si bien es cierto que el proyecto se dirige de manera general a un público amplio y heterogéneo, debido a las propias características de la subcultura y las condiciones que permiten lograr un desarrollo significativo en la misma, es de esperar una mayor participación de gente comprendida entre 25 a 45 años. Por lo que es conveniente atender a las distintas necesidades que puede presentar este rango de edad, sin olvidar en ningún momento de aquellos casos que quedan fuera del margen. De la misma manera, no hay que perder de vista los principios que pretenden aportar el cosplay de la aceptación e inclusividad, por lo que, a través de la labor del diseño se ha de tener en cuenta desde el primer momento todas aquellas peculiaridades que se manifiestan en una comunidad diversa.

2. Contexto geográfico

A pesar de que no se ha establecido un punto geográfico concreto, un factor importante para determinar el lugar de origen es la accesibilidad; por lo que la ubicación debe favorecer los canales y formas por las que llegar a la empresa. No necesariamente se habla de ubicarse en los mismos centros de núcleos de población, pero sí en aquellas zonas en las que las vías de comunicación faciliten la conexión con su entorno.

3. Requerimientos

Como se ha mencionado, la empresa debe ser capaz de ofrecer una serie de elementos que cubran las posibles carencias y necesidades que surgen dentro del cosplay, pero también debe atender a la diversidad de las personas que mantienen la subcultura, y por consiguiente, la empresa, viva. Al mismo tiempo, debe saber mantener una mirada en retrospectiva con su entorno, posicionándose a favor de promover los valores sociales con beneficios para la sociedad de los que se hacen eco hoy en día. Estos objetivos son alcanzables gracias a la labor que aporta el diseño.

4. Espacio

Siguiendo en la misma línea que el apartado anterior, el espacio debe actuar acorde a los principios, por lo que es importante que este sea flexible. Un edificio se entiende por flexible cuando puede adaptarse a distintas necesidades a lo largo de su vida útil, ya bien sea por la reutilización de su estructura para usos distintos, o su capacidad de continua modificación del espacio según los usuarios. Ambas características resuenan en buena medida con los principios de la empresa, ya que se convierte tanto en una buena práctica hacia el medio ambiente y hacia las personas.

Un espacio diverso y flexible además puede suponer la capacidad de otorgar una aproximación al aprendizaje flexible, el cual se centra en la singularidad del individuo, pero también en un entorno de desarrollo propio que trasciende el plano físico, ya que al eliminar los posibles obstáculos físicos, también se repercute a nivel personal. Por lo que es preciso atender a cuestiones de amplitud, luminosidad y continuidad, así como distintos métodos para la reconfiguración continua de la planta.

No obstante, también es necesario delimitar ciertas zonas, lo cual no indica que dentro de las mismas no se pueda establecer flexibilidad dentro de las mismas. Estas áreas pueden ser delimitadas por cuestiones de seguridad, por ejemplo, para proteger las pertenencias personales; por cuestiones sanitarias, como lo pueden ser espacios ventilados para trabajar con ciertos productos; por cuestiones de privacidad, por ejemplo, vestuarios; incluso por cuestiones de investigación, desarrollo e innovación, como puede ser un laboratorio en dónde estudiar alternativas y soluciones al impacto medioambiental de ciertos productos, que además, beneficiaría al entorno y a la sociedad.

5. Propuesta

Teniendo en cuenta las conclusiones alcanzadas de las distintas partes de las fases de investigación, las carac-

Cronograma

terísticas, principios y valores discutidos con anterioridad, los posibles requerimientos, e incluso el propio espacio, se toma la decisión de desarrollar los siguientes contenidos:

- Crear una identidad visual corporativa propia de la empresa que se centrará en informar y promocionar el cosplay; así como una muestra de la aplicación de dicha identidad.
- Desarrollar un manual de identidad acorde a la misma, permitiendo articular la forma de comunicación de la empresa en distintos soportes, así como establecer una pautas mínimas que permitan generar mensajes futuros manteniendo cohesión y coherencia.
- Concebir una mascota corporativa que se encargue de humanizar de esta forma los principios que quiere transmitir la empresa. Al mismo tiempo, desarrollar un corto de animación que se encargue de dotar de vida a la mascota.
- Realizar una propuesta conceptual de diseño de unas guías-kit que permitan el inicio y la aproximación en distintas nociones relacionadas con el ámbito del cosplay. Para lo cual, serán acompañadas en todo momento de distintos elementos que permitirán familiarizarse con los mismos.
- Realizar un cosplay, o al menos algún elemento del mismo, de forma ejemplificadora sobre lo que se puede llegar a hacer en la empresa.

Habiendo llegado a este punto, superando la investigación, dejando constancia de las distintas peculiaridades y estableciendo las propuestas pertinentes, así como los puntos de intervención, se realizó un cronograma en el que se reflejan las distintas fases de este proyecto para poder terminar de acatar las labores necesarias en el correspondiente tiempo y forma.

Cronograma

	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
Investigación										
Propuesta	●									
Marco teórico	●									
Investigación inicial	■									
Investigación específica		●	●				●			
Ideación										
Definición										
Contenidos										
Desarrollo										
Identidad					■					
Manual de identidad						■				
Mascota corporativa						●		■		
Guías-kit								■		
Cosplay								■		
Presentación										
Memoria									■	
Material de presentación										■
CoVid-19				■						

Fig. 52. Cronograma.

Fase de desarrollo

En esta última fase se recogen varios elementos que materializan las distintas ideas, principios y valores, así como nociones a transmitir del proyecto, todas a través de un enfoque proveniente del diseño. Para la realización de los distintos elementos que se van a presentar se ha seguido unas pautas similares, empleadas según los requerimientos pertinentes, siendo estas:

- búsqueda de referencias, y la consecuente creación de distintos *moodboards* de imágenes, que permiten una visualización rápida y concisa de todos aquellos elementos gráficos que poseen cierta relevancia.
- desarrollo gráfico, desde bocetos hasta elementos con mayor acabado, llegando a su correspondiente formalización
- la propia formalización de los distintos elementos.

Al mismo tiempo, en la medida requerida se han empleado otras tantas herramientas desarrolladas desde el diseño, las cuales serán mencionadas en su correspondiente momento.

De la misma manera, esta fase ha permitido desarrollar diferentes ámbitos y modalidades que ponen en manifiesto las distintas aplicaciones que se puede generar con el diseño, demostrando de esta forma el nivel de implicación y de impacto que puede aportar en cada área de conocimiento.



Identidad

Disponer de una identidad visual corporativa bien construida y fundamentada no solo ayuda a anclar el proyecto en la realidad en la que nos movemos, sino que a efectos posteriores facilitará la realización de las otras piezas necesarias al proveer de un marco que otorgue cohesión. Comentar que mucha de las herramientas empleadas en esta fase se encuentran anexas al final del documento para permitir mayor agilidad a la hora de la lectura.

Naming

Por supuesto, si se pretende llevar a la realidad cualquier idea, lo primero es buscar alguna forma de designarla. Además, en este caso el término buscado tiene que ser capaz de dotar al concepto de distinción; dejar claro que es, o al menos el ámbito dónde se mueve; y al mismo tiempo, intentar transmitir una serie de conceptos y valores.

Para encontrar el *naming* se empezó por un *moodboard*³⁶ en el que se incluían elementos gráficos de todas aquellas partes que componen y configuran la realidad de la práctica del cosplay. Es por lo tanto que se incluyó, en su forma más básica, imágenes de materiales, herramientas, planos, procesos, acabados, pelucas, trucos, fotografías e incluso convenciones.

El siguiente paso fue la traslación y traducción del resultado a un *brainstorming*, o lluvia de ideas, de términos. Estos comenzaron estando directamente relacionados con el término cosplay. Fácilmente, se llegó a un elevado número de palabras, cuyos significados podían estar tan cerca como el caso de los sinónimos, a conceptos sin relación alguna. Una vez llegado a este punto, se evaluaron tres vías de acción posibles:

- escoger algún término disponible, con una preferencia por emplear algunos de los términos japoneses con los que se pueden nombrar a las distintas variedades de carpas koi, o el nombre de alguna deidad.
- modificar alguno de los términos contemplados.
- intentar combinar dos términos. Esta última opción fue la que se acabó empleando, en el que además, el término Cosplace (unión de cosplay y la voz inglesa *place*, traducción de lugar), salió con relativa facilidad al ser términos que se ubicaban en el centro del mapa y servirán como articulación principal de los demás.

Cosplace

Como término Cosplace es idóneo, debido a que no sólo reúne en su significado las distintas partes que conforman la idea principal, cosplay y lugar; sino que, además, también se pueden apreciar una serie de cualidades fonéticas, asociativas y multilingüe. No es complicado de pronunciar, y se asemeja bastante al propio término cosplay, generando de esta forma un vínculo directo.

³⁶ Anexo III

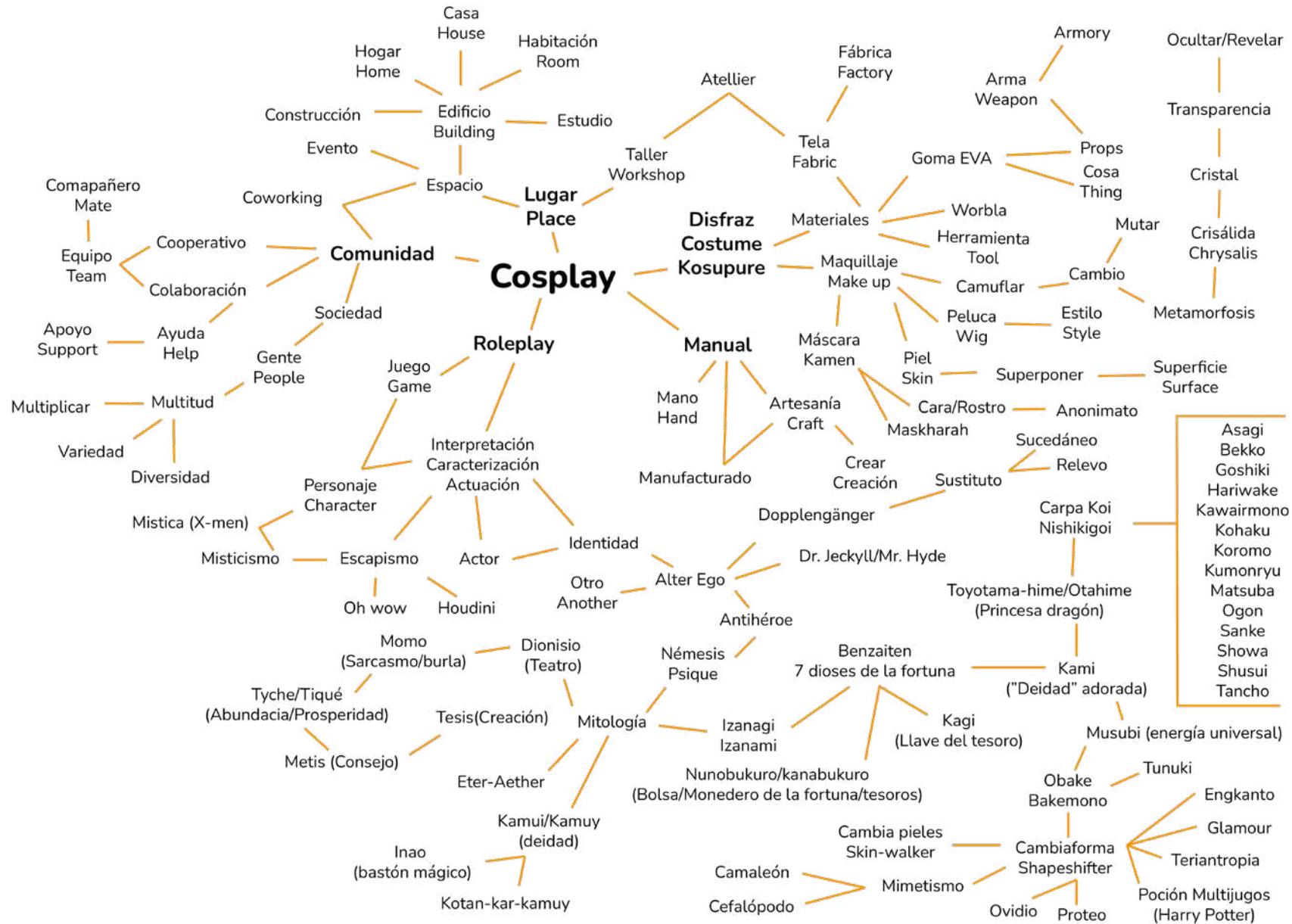


Fig. 53. Brainstorming realizado para el naming.

Gráfica

Una vez obtenido el *naming*, se pasó a una fase de pensamiento gráfico para desarrollar su representación visual, no sin antes llevar a cabo un breve estudio³⁷ de las distintas identidades existentes. Debido a que, aparentemente, no existe ningún tipo de entidad que se mueva en la misma línea en la que se movería Cosplace, se procedió a hacer el análisis, cromático y tipográfico, de diversos eventos relevantes a nivel local, nacional e internacional; distintos cosplayers y estudios que han conseguido establecerse como negocio; y otros tantos elementos como revistas, tiendas y páginas webs que se vinculan a la subcultura.

Después de esta búsqueda de referentes, se procedió a empezar la fase de bocetos³⁸. Esta empezó siendo unas breves pruebas, casi que a modo de recopilación, tanto de símbolos y tipografías. Similar al *moodboard* inicial, lo que se pretendía era visualizar nuevamente lo que significa el cosplay y espacio.

Al mismo tiempo se realizaron una serie de propuestas, desde unas con un planteamiento más básicas; hasta otras que seguían planteamientos altamente disruptivos al contemplar la unión de dos estilos tipográficos contrarios. También se empezó a evaluar una serie de tipografías sans-serif, siendo estas la Lexend, la Nunito y la Rockgen; como la inclusión del “Workshop” a modo de *tagline*.

En lo que se asentaban las ideas en lo relacionado a la tipografía, se plasmaron una serie de bosquejos a modo de bocetos para la realización de un posible icono. De entre todos estos, destacan cuatro casos.

1. Emplear el término japonés para Cosplay (Kosupure) en una versión comprimida. Gracias a la propia naturaleza de los *kanjis*, la figura resultante se asemejaba a un mapa, reforzando la idea de mapa. También permitía la extracción de subelementos para realizar un sistema gráfico propio.
2. Unir la C (inicial de cosplay) y el primer carácter de *kosupure*. El resultado se asemeja a un bocadillo de

texto, transmitiendo la idea de comunicación; pero también a una estancia abierta.

3. Emplear formas dinámicas, de líneas y manchas, algunas veces superpuestas, con la capacidad de recordar los motivos de la mano, la labor manual, el equipo o grupo de personas, etc.
4. Buscar la representación antropomórfica a través de la modificación del *kanji hito* (persona), o la combinación de las iniciales de las palabras que nombran a la práctica en los dos sistemas de escritura.

Finalmente, se probó otros métodos menos disruptivos que permitieran visualizar los dos componentes del término Cosplace con oportunidades que brindaban las tipografías Nunito y Lexend; al mismo tiempo que con otros recursos gráficos como líneas. Llegando a la versión que se muestra.

Respecto al icono, se realizaron pruebas sobre varias cuestiones, como el estilo en el que se basa, simplificado o caligráfico, y pruebas con distintos trazados, tanto hechos a mano como a través de elementos vectorizados. De entre la variedad propuesta se destacan dos, de la que se acabó escogiendo la primera.

El último componente que se añadió fue el elemento cromático. El cuál fue determinado gracias al desarrollo paralelo de las herramientas rosetta³⁹ y simbología en todo el proceso unido a la investigación previa, por lo que se determinó que un tono naranja encajaría en el panorama que se presentaba.

³⁷ Anexo IV

³⁸ Anexo VIII

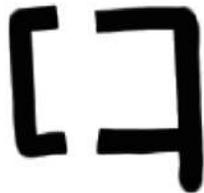
³⁹ Anexo VI



Caso 1:
 -Puede recordar a un mapa. Idea de lugar.
 -Hecho a partir de la escritura japonesa de cosplay. (Caracteres que aparecen arriba)
 -Permite trabajar y extraer subelementos para realizar un sistema gráfico propio.



Caso 4:
 - Elementos gráficos que se asemejan a personajes o muñecos. Desde el kanji de persona, con el añadido del punto superior, a la combinación de dos letras C o el silabario inicial en japonés y la letra C.
 - Idea de persona.



Caso 2:
 -Parte del primer caracter japonés para cosplay. (Parte de la derecha)
 -Idea de lugar; pero también de bocadillo de comunicación, idea de comunicación y relación.
 -Se podría trabajar la parte de la izquierda para que se asemeje a un C.



Caso 5:
 - Idea de mano, labor manual.
 -Se podría trabajar a través de manchas abstractas superpuestas basadas en la fisionomía.



Caso 3:
 -Forma dinámica.
 -Parte de la idea de dos manos a punto de chocar los cinco. Idea de colaboración.
 -Vagamente tiene una reminiscencia a la flor de loto, elemento asociado a la cultura asiática.



Caso 6:
 -Forma superpuestas que crean la idea de personas, grupo, equipo.

Fig. 54. Propuestas gráficas para el desarrollo del icono.

Propuesta final

La propuesta definitiva se presenta en una disposición horizontal, compuesta por un elemento tipográfico, que a su vez está dividido por una línea; y un icono. En lo referido a lo primero, a través de esta forma se consigue establecer una separación entre los dos términos que componen el nombre, a la vez que se enlazan distintos significados a la identidad.

La línea no solo aporta separación, sino que paradójicamente también se puede interpretar como unión si se percibe como la idea de un pasillo que une habitaciones. Al mismo tiempo, su forma ascendente puede recordar a un escalón, que no solo sirve para unir dos puntos físicos, sino que aporta dirección ascendente.

La sensación movimiento se puede ver potenciada por el icono, en el cual la forma de gota añadida simula una cabeza que da la sensación no solo de una esquematización humana, sino también de que esta se encuentra mirando a la izquierda. Dirección que, occidentalmente, se suele asociar con el progreso.

La paleta cromática original consiste en el naranja Pantone 130 U. Este tono, según los diversos estudios de la psicología del color, serviría para expresar un carácter alegre, desenfadado, optimista, activo, energético, y que, además, encaja con una visión de comunidad. Complementándose con el negro. En determinadas ocasiones se puede jugar con el color corporativo y el espacio negativo.



Fig. 55. Imagetipo en su forma principal.



Fig. 56 y 57. Versiones secundarias y reducidas del imagetipo.

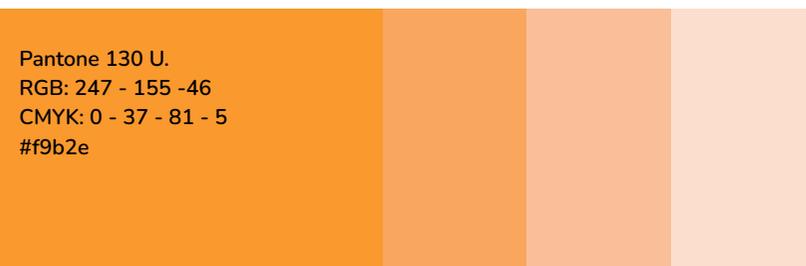


Fig. 58. Color corporativo y matices al 75%, 50% y 25% de tinta.

Manual

Habiendo logrado una identidad visual corporativa, era necesario desarrollar un manual de identidad, el cuál, debidamente aplicado, permite dejar recogido la correcta aplicación de los signos gráficos, al mismo tiempo que no desvirtuar los usos. De la misma manera, optimiza la eficacia en sus comunicaciones, tanto a nivel interno como de cara al público. Al contrario de lo que cualquiera podría pensar, un manual de identidad es una poderosa herramienta que permite darle vida a la propia imagen. Dicho manual se encuentra anexionado al final de este documento, no obstante, en el mismo se contemplan una serie de elementos, aparte de las distintas aplicaciones de la marca, que, a pesar de desarrollarse con más detalle en el documento, se procede a explicar de forma breve.

Patrones

Debido al hecho de que realizar patrones con la imagen corporativa no garantiza resultados idóneos, se interesó por la realización de un motivo con gran maleabilidad para los posibles casos en los que se necesite.

Para realizar esto, se aprovechó el primero de los cuatro casos que se planteó para el icono, es decir, la estilización y condensación de los caracteres que componen el término kosupure. El motivo resultante, como se ha comentado, presenta versatilidad a la hora de su repetición, pudiendo aprovechar desde repeticiones simples, desplazadas, giradas, y radiales.

Asimismo, gracias a este elemento de la identidad, se pudo completar la paleta cromática con tonos secundarios. Estos, a pesar de que siguen contando con un tono llamativo y alegre, son ligeramente más atenuados que el color escogido para la identidad central, permitiendo, con su correcta aplicación, generar sistemas comunicativos que no perderían su llamativo, a la vez que ser agradable a los sentidos y permitir que la identidad resalte.

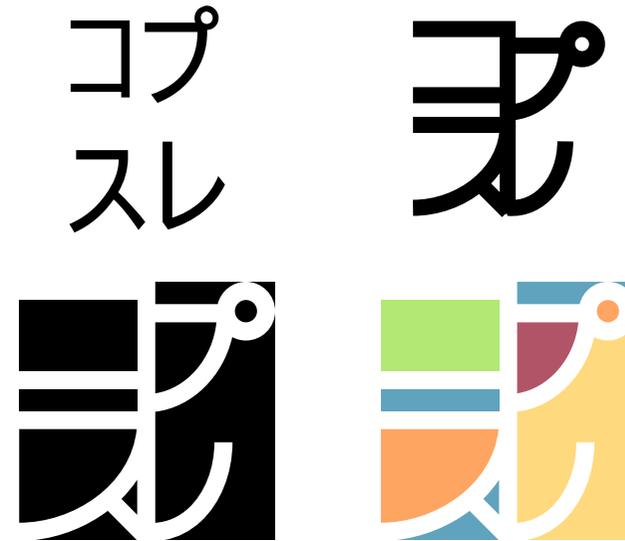


Fig. 59. Proceso de construcción del motivo para los distintos patrones.

Fig. 60. Paleta cromática complementaria.

Pantone 1788 U RGB: 235 - 95 - 100 CMYK: 0 - 75 - 51 - 0 #eb5f64	Pantone 1485 U RGB: 245 - 163 - 100 CMYK: 0 - 44 - 64 - 0 #f5a364	Pantone 1215 U RGB: 255 - 217 - 126 CMYK: 0 - 16 - 59 - 0 #ffd97e	Pantone 373 U RGB: 183 - 210 - 115 CMYK: 36 - 0 - 67 - 0 #ffd97e	Pantone 7458 U RGB: 98 - 164 - 192 CMYK: 63 - 21 - 18 - 0 #62a4c0	Pantone 1945 U RGB: 179 - 83 - 192 CMYK: 24 - 75 - 42 - 13 #b35366	Pantone 251 U RGB: 207 - 151 - 196 CMYK: 20 - 49 - 0 - 0 #cf97c4
---	--	--	---	--	---	---

Señalética

Al mismo tiempo, se ha desarrollado un sistema gráfico para componer el propio sistema de señalización. Realizado en trazados simples y redondeados, es capaz de abarcar cuestiones generales, como puede suponer una cafetería o ubicarse dentro del establecimiento; a indicadores de elementos menores como por ejemplo lápices. Para su concepción se ha empleado la misma rejilla compositiva que la de la identidad visual corporativa, con la finalidad de ofrecer igualdad en cuestiones como proporciones y trazos.

De entrada se cuenta con un número bastante amplio de elementos, pero, a pesar de esto, el universo gráfico permite su expansión según las necesidades futuras. Asimismo, ciertos iconos han sido configurados con un propósito de versatilidad, como se puede comprobar con el icono creado para el papel, el cual con una ligera modificación se puede aprovechar para papel de lija, goma eva, o cualquier otro elemento con características similares.

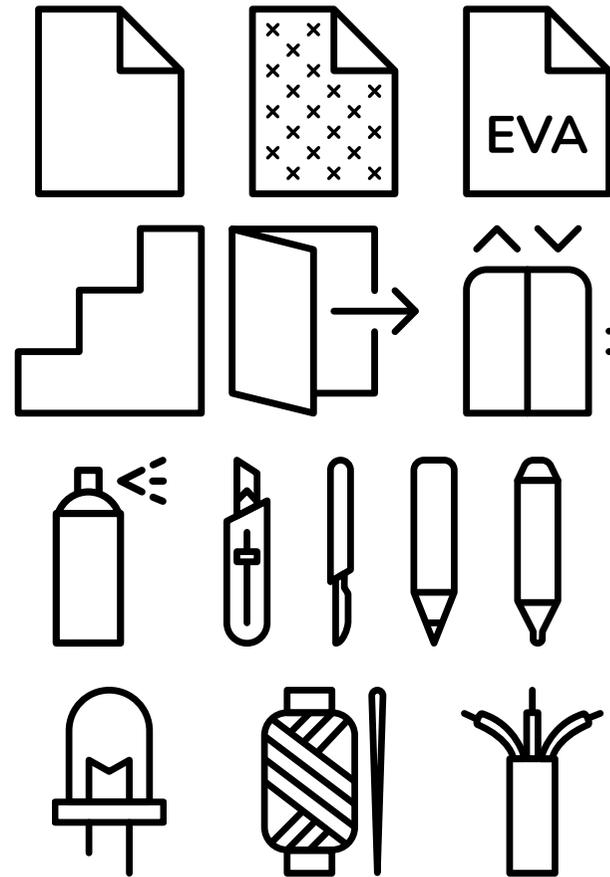
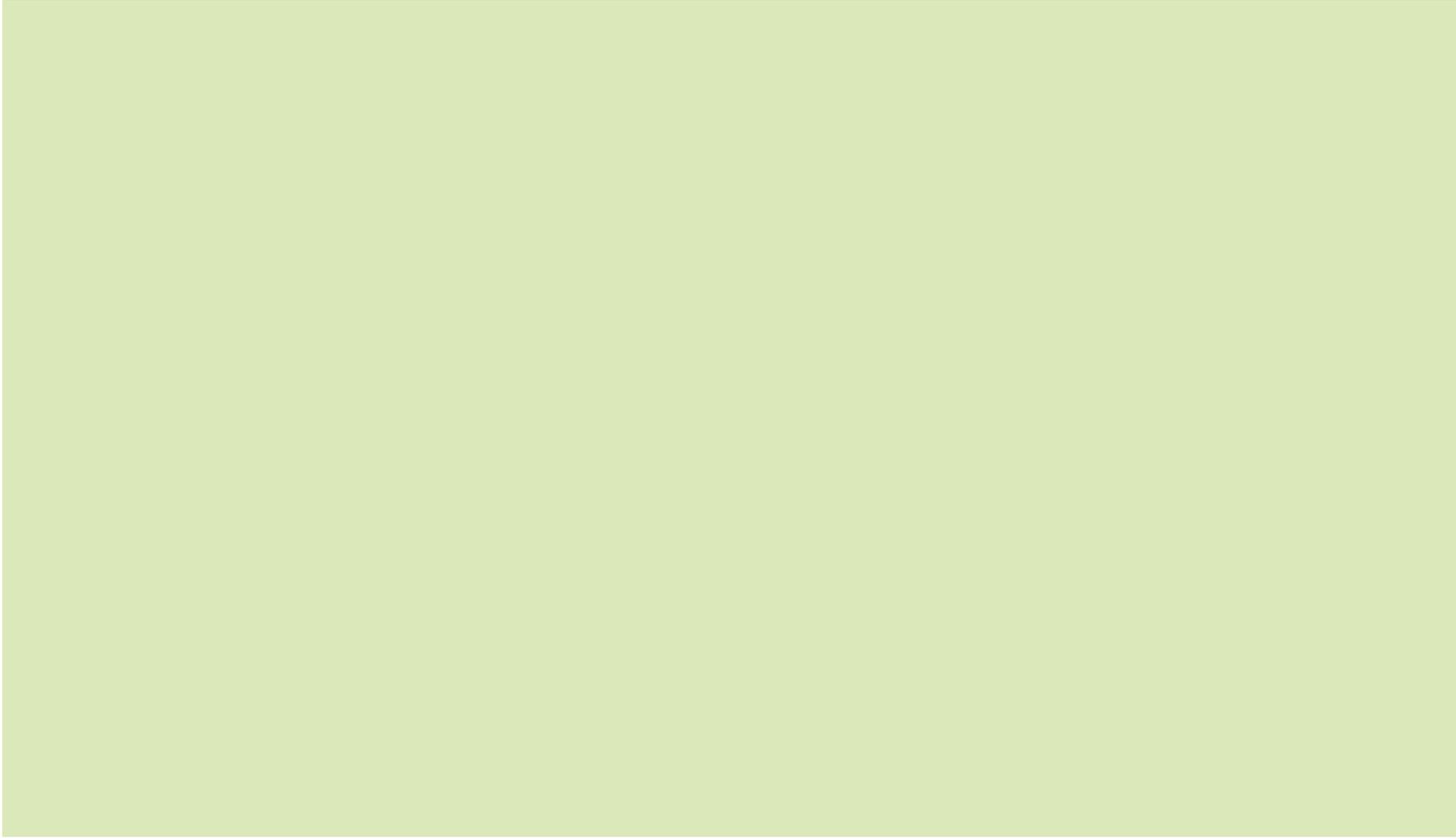


Fig. 61. Distintos iconos que se han desarrollado para la señalética.



Mascota

La función de una mascota es la de representar una marca, y durante años han sido un medio de comunicación efectivo para representar productos, servicios y marcas de una manera agradable y simpática, pudiendo convertir un simple mensaje en algo más.

La siguiente cuestión que se desarrolló fue la mascota corporativa, o en algunos casos publicitarias. Este elemento, independientemente de si su empleo es como parte de la identidad o como para campañas específicas de marketing, debe cumplir con el motivo de dotar de personalidad a la empresa, logrando que los usuarios sientan una mayor identificación con ella.

Es por este motivo que para la creación de la mascota de Cosplace se ha tenido en cuenta los principios y valores que encarna la empresa, pero previo a cualquier mecanismo de creación, se realizó otra búsqueda de referentes⁴⁰, sirviendo también a su vez como referentes para realizar una animación. Muchos de los cuales tienen en común un estilo simple, de poco detalle, trazo marcado y de apariencia amigable; características que se interesan que adopte la propia mascota.

Estos referentes incluyen grandes series como Hora de Aventuras (2010 - 2018), junto con el arte que desarrolló Andy Ristiano para esta misma y otros proyectos; y Steven Universe (2013 - 2019) de Rebecca Sugar son las que mayor presencia tienen en los resultados finales. Ambas son series de animación para el canal Cartoon Network, junto con Infinity Train (2019 - 2021).

Las Supernenas (1998 - 2005) es otro ejemplo proveniente de la animación. Mientras, Among Us incluye elementos animados al tratarse de un videojuego; así como Ketnipz, el cual empezó como personaje en redes sociales, y ha ido ganando popularidad, llegando a hacerse alguna breve animación, lo cuál tiene un componente bastante interesante para el desarrollo de la mascota.

Similar son los casos de Heartstopper y Sarah's Scribbles, ambas teniendo como fuente de origen el formato de webcomic. A lo que se le puede sumar el estilo chibi, como el que se muestra de las artistas Veronica MG y Crisol Crowling, y el estilo de mancha plana de la plataforma Undraw.

Las creaciones de Juanma García Escobar, o Fido Dido, mascota de Seven-Up durante la década de 1990, son, por último, pero no menos importantes, los referentes de

mascotas corporativas.

Como se ha mencionado, la mascota se interesó desde un primer momento que tuviera una apariencia alegre, cercana, agradable, carismática, divertida y bastante versátil, incluso con cierto dinamismo; por lo que, tras analizar los distintos referentes se optó por el estilo mostrado. Comentar también que precisamente es debido al alto componente de maleabilidad y versatilidad perseguido, junto la realización de otra rosetta que se muestra en los anexos, que no se hicieron estudios de formas preliminares.

Una vez establecido aquellos valores que se pretendían transmitir, se empezó a abocetar una serie de poses. A medida que se dibujaba, se fueron configurando otras cuestiones como la ropa, pero sobre todo el propio nombre. Aunque se pudo trabajar y buscar algunas alternativas, se acabó llamando a la mascota Cospy. Este término surge de una reducción de la palabra cosplay, el cual cuenta con buena sonoridad y entonación.

⁴⁰ Anexo XII

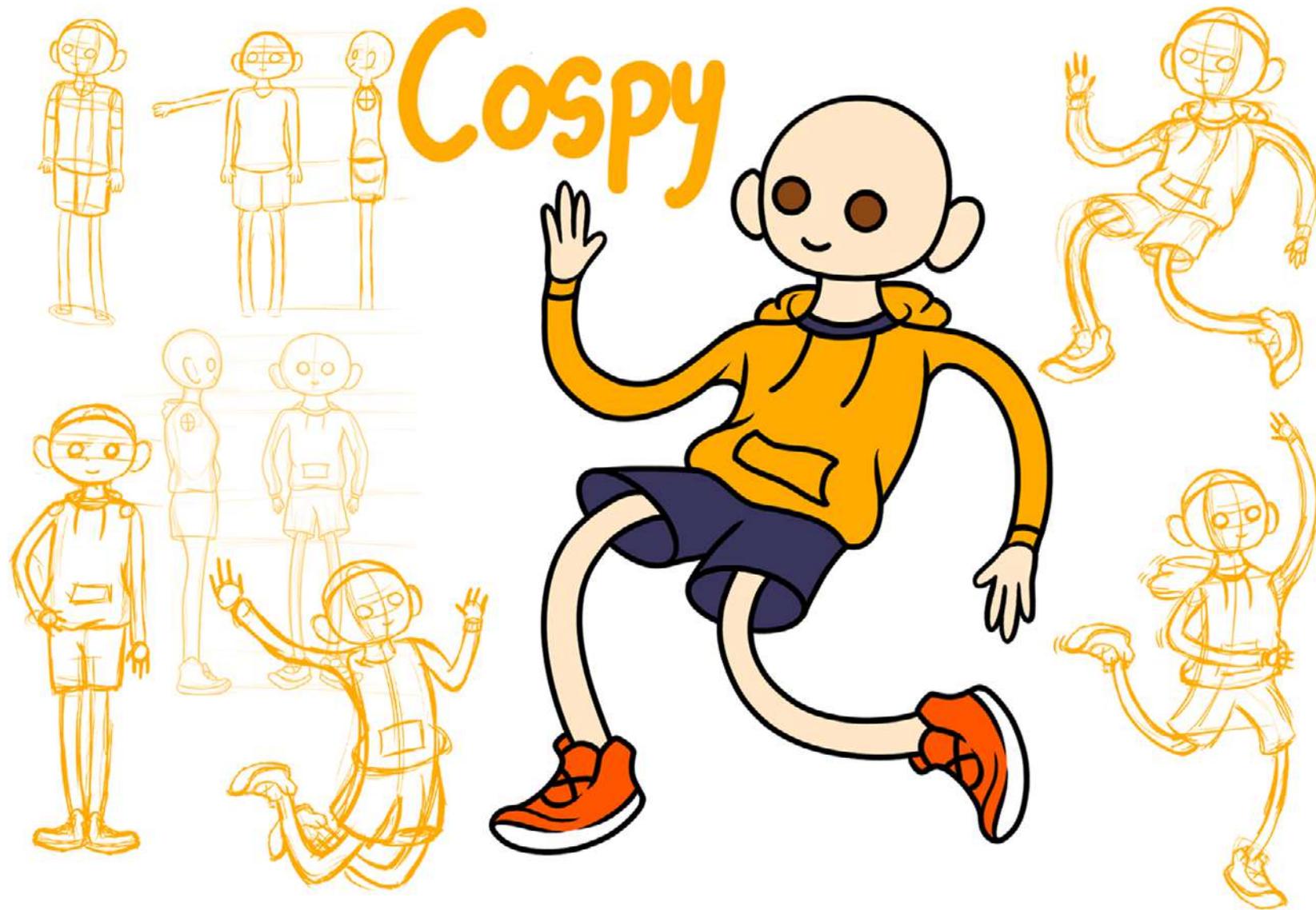


Fig. 62. Versión final de la mascota junto alguno de los bocetos realizados.

A pesar de mantener una predominancia del color corporativo en su paleta cromática, previo a la finalización del mismo, se realizó un pequeño estudio de color. También fueron realizadas las vistas frontales y laterales, así como una breve ficha del personaje para expandir, en cierta forma, la concepción de la mascota.

Con la idea de expandir a Cospy, se planteó la posibilidad de que el mismo realizara cosplay a su modo. Gracias a la sencillez con la que se ideó, se puede emplear como una especie de plantilla sobre la que plasmar un gran número de personajes, desde puramente ficticios a otros más cercanos a la realidad. Esto serviría como un recurso llamativo para su uso publicitario, tanto en sistemas tradicionales, por ejemplo cartelería, como digitales en redes sociales.

Para esto se aprovechó la participación en un mercadillo artístico que tuvo lugar en la zona destinada a la cafetería de la Facultad de Bellas Artes, de la Universidad de La Laguna, para incluir un buzón de sugerencias por las que cualquier persona podía dejar tantos nombres como quisiera, siempre y cuando estuviera debidamente identificado con el nombre y la fuente del material de origen. Los resultados fueron muy favorables, contando con cerca de 300 personajes.

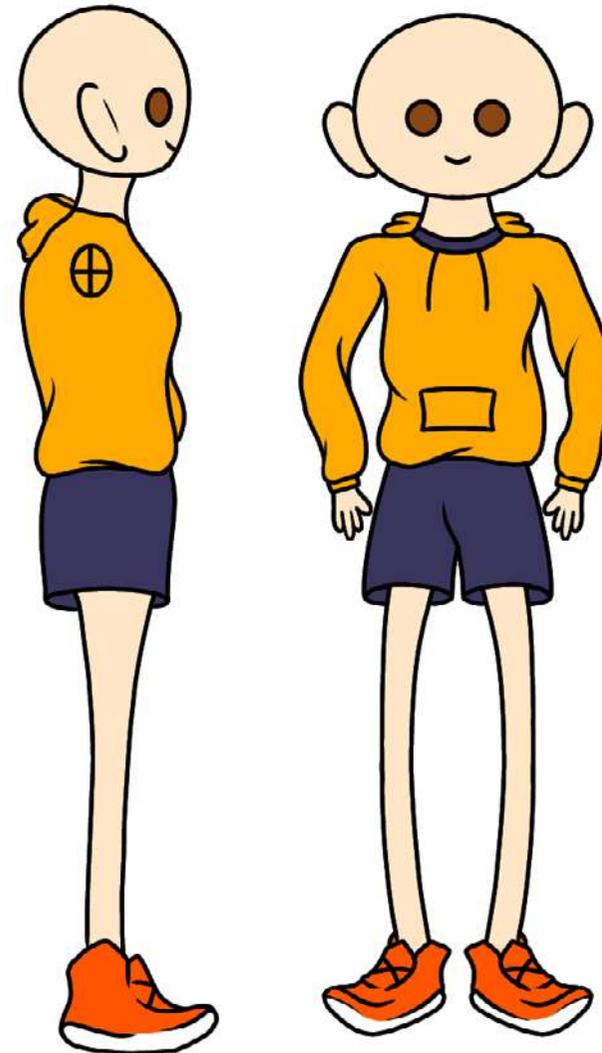


Fig. 62. Vista lateral y frontal de la mascota.

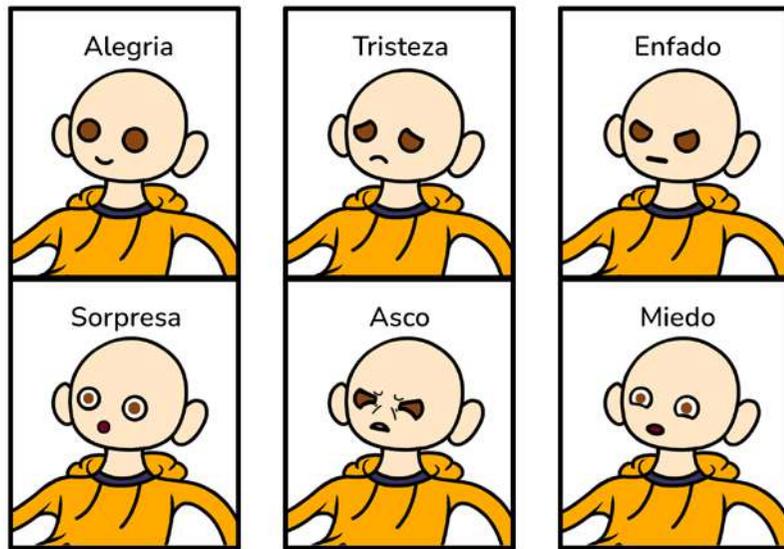


Fig. 63. Ficha de expresiones faciales de la mascota.



Fig. 64. Pruebas de colores alternativos.



Fig. 65. Buzón de sugerencias y algunas propuestas solicitadas durante el mercadillo.



Fig. 66 (Izq.) y 67 (Der.). Ejemplos de cartelería aprovechando la mascota y varios personajes, en este caso del manga y anime Haikyuu (2012 -2020)

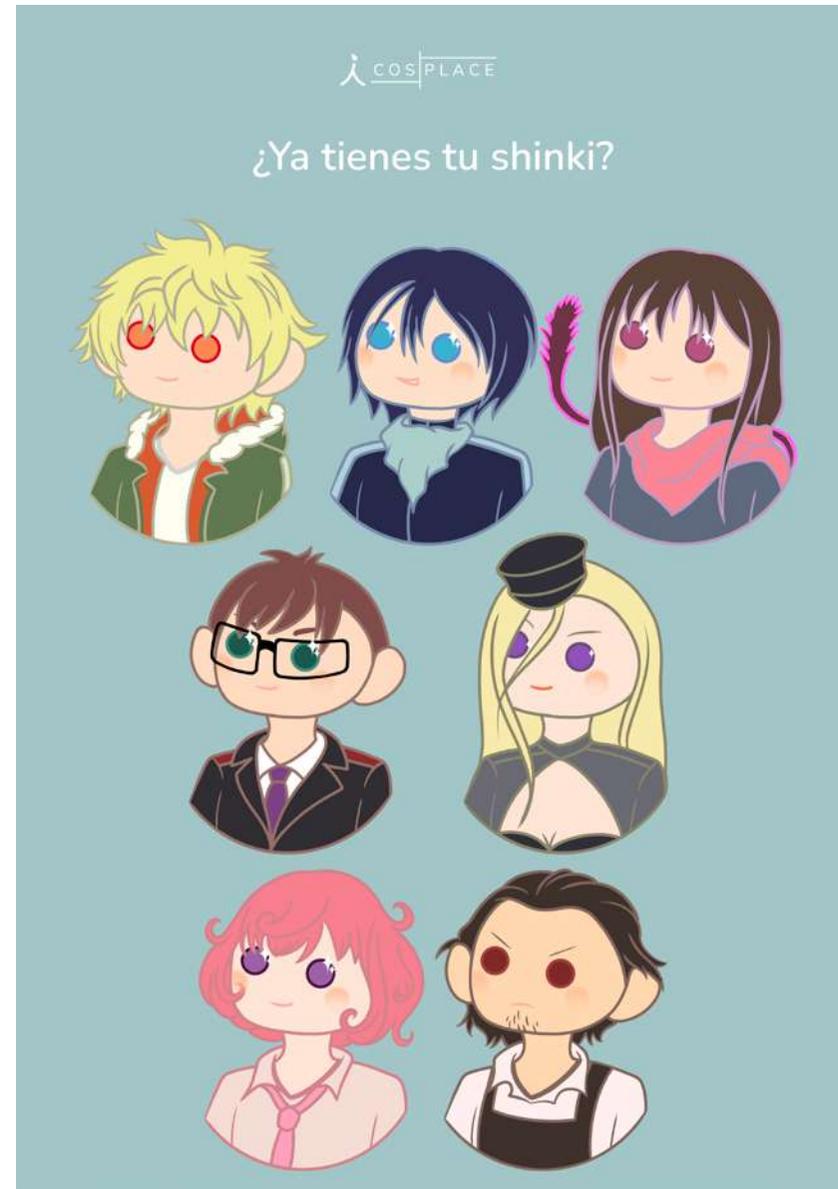


Fig. 68 (Izq.) y 69 (Der). Ejemplos de cartelería aprovechando la mascota y varios personajes, en este caso de los mangas y animés Haikyuu (2012 -2020), y Noragami (2010 - presente), respectivamente.

Animación

Queriendo expandir los límites del uso de la mascota, se realizó, con Adobe After Effects y de forma ejemplificativa, un pequeño spot publicitario, en el que se muestra a Cospy con cosplay de distintos personajes. Debido a que el vídeo se compone de pequeñas escenas, se podría presentar con su duración completa, así como fragmentado.

Para elegir, por lo tanto, los personajes que se iban a caracterizar primero se hizo un *brainstorming* de lo que supone el cosplay y los valores que quería transmitir la empresa. Una vez elegido, se asoció una personalidad que encaja. En el proceso hubo cambios, incluso llegando a hacerse bocetos⁴¹ de personajes que no llegarían a la fase final. Originalmente los conceptos y personajes eran:

- Narrativa - Alexander Hamilton, del musical Hamilton (2015)
- Expresión - Edna Moda, de la película Los Increíbles (2004)
- Creatividad - Hugáceo Crujiente, Drag Queen
- Empoderamiento - Wonder Woman, de DC Cómics
- Pasión - Yatora Yaguchi, del manga Blue Period (2017 - actualidad)
- Diversidad - Elenco de la serie Heartstopper (2022)
- Comunidad - Personajes de la serie Steven Universe (2013 - 2019)
- Cultura - Alicia, de Alicia en el País de las Maravillas (1865)
- Autosuperación - Hinata Shoyo del manga y anime Haikyuu! (2012 - 2020)

Finalmente, acabaron siendo:

- Narrativa - Eliza Schyler, del musical Hamilton (2015)
- Expresión - Amatista, de Steven Universe (2013 - 2019)
- Creatividad - Hugáceo Crujiente, Drag Queen
- Empoderamiento - Wanda Maximoff, o Bruja Escarlata, de los cómics de Marvel
- Pasión y autosuperación - Hinata Shoyo del manga y anime Haikyuu! (2012 - 2020)

También se realizó un modelo realmente básico con Adobe Illustrator para comprobar cómo se desenvolvían los personajes en un entorno de animación a través de chinchetas.

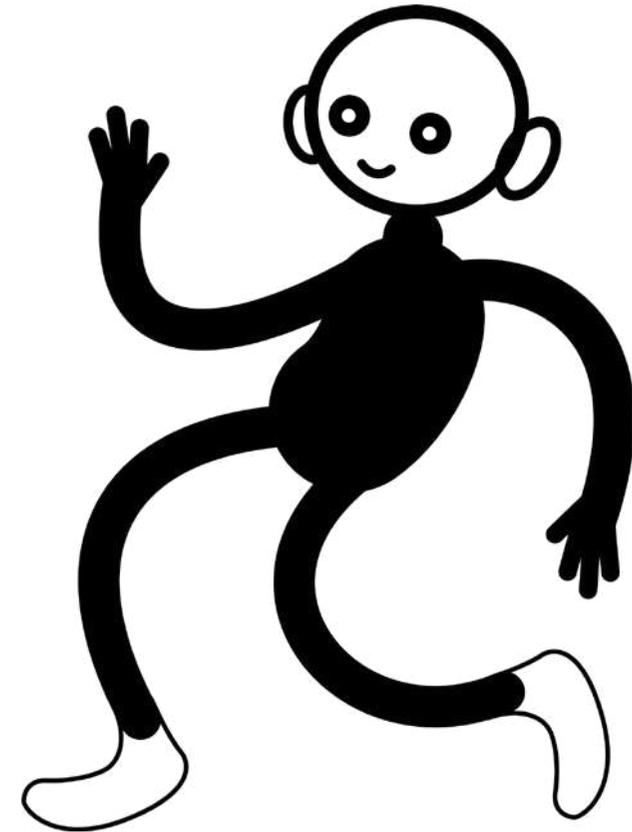


Fig. 70. Modelo esquemático de la mascota para comprobar como se desarrolla en un entorno de animación

⁴¹ Anexo XIII



Hinata Shoyo - Pasión y autosuperación



Amatista - Expresión



Eliza Schuyler - Narrativa



Wanda Maximoff/Bruja Escarlata
Empoderamiento



Hugáceo Crujiente - Creatividad



Alicia (No aparece en el vídeo)

Fig. 71 a la 78. Personajes finales realizados para la animación

Storyboard

Una vez se disponía de la mascota y se había elegido los distintos personajes de los que haría cosplay; así cómo de los distintos valores que se querían transmitir junto a su correspondientes figuras, se llevó a cabo la realización de varios storyboards. Comentar que esta fase fue previa a la realización final de los personajes.

El primero de todos en papel a modo de encajar la relación entre las distintas escenas breves que componen el proyecto. El siguiente, más detallado y encontrado en los anexos, se realizó a través del programa Storyboarder. En este se incluyen más anotaciones de los distintos movimientos y de dispone de un sistema de color:

- Negro - Marco y texto.
- Amarillo - Elemento complementario.
- Azul - Elemento más estático.
- Naranja - Elemento con más animación.
- Rosa - Flujo o dirección de la animación.

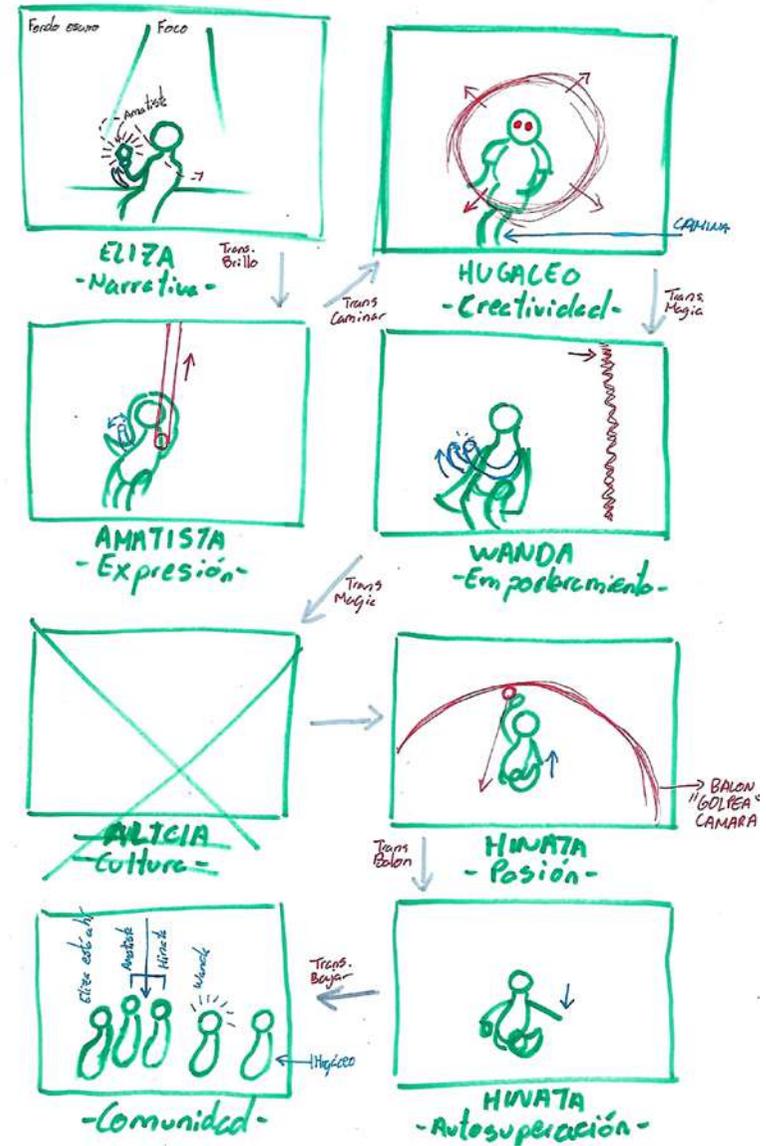


Fig. 79. Primer storyboard realizado en papel

Vídeo



Fig. 80. Fotograma del vídeo final, Pinchando sobre el mismo se puede acceder a su visualización.

Cummins, J.; Farang, A.; Myers, K. (2022). Chasing the Dragons [Música]. En Biblioteca de audio de YouTube. Grabadora. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=8KKG62sxa_wl&ab_channel=NoCopyrightAudioLibrary



Guía-kit

A modo de obsequio se propuso la elaboración de unas pequeñas guías. Estas publicaciones estarían destinadas a informar y profundizar sobre distintas nociones que abarca el cosplay, como pueden ser el maquillaje, las herramientas, las pelucas, y una larga lista de similares. A su vez, cada una vendría dentro de una caja de cartón, que a su vez dispondría de algún detalle llamativo acorde a la temática que trata la guía.

Al igual que en otras ocasiones, antes de formalizar cualquier elemento, se realizó una búsqueda de referencias y referentes que expresar a través de un *moodboard*⁴². Se busca el planteamiento de unas ediciones realmente simples, por lo que, ha medida que se investigaba, se pudo ir definiendo una serie de características.

Para llegar a los resultados mostrados, se hicieron una serie de pruebas, tanto de impresión para las guías, para las cuales se comprobaron los tamaños tipográficos y el tratamiento gráfico; como de prototipado⁴³ para las cajas, probando distintos tamaños, grosores y técnicas. Esto ha permitido, también la realización de una guía editorial que defina el estilo de las distintas y posibles publicaciones, en la que se incluye los planos y un esquema de montaje de las cajas para facilitar su labor.

En lo referido a las guías, estas debían de contar con un bajo número de páginas, disponiendo la información de forma clara, directa, concisa y ante todo, fácil de entender. Además, se llegó a la conclusión de que una de sus características debía de ser la maleabilidad y portabilidad. De la misma manera, la primera de las páginas contendrá una introducción sobre el tema a tratar, recomendaciones generales y un mensaje positivo recordando que el cosplay es apto para todos.

Esto, junto a un atractivo por promover una mejor relación con el medio ambiente desde el mundo del cosplay, ha llevado a un interés por emplear el formato Din A5 e impreso en papeles reciclados de 80 gramos, así como naturales con poco tratamiento químico. Respecto a la impresión, se recomiendan aquellos sistemas como la risografía, que suponen un impacto medioambiental menor. Por lo que para aquellos elementos en los que se

deba de emplear color se buscará siempre el gasto mínimo, aconsejándose el uso de una única tinta, generalmente la negra. Aunque ante una debida justificación de legibilidad y entendimiento se podrán emplear un mayor número de colores.

La tipografía empleada es la Nunito, en sus variantes regular, *italic*, *bold*, *extrabold* y *extralight*; coincidiendo también con la tipografía corporativa, permitiendo de esta forma una vinculación directa y cohesión; así como seguir transmitiendo un carácter amigable, desenfadado, carismático y alegre. Los usos de la misma se ven especificados en la guía editorial anexa.

Las cubiertas de las guías siguen los mismos principios que se han comentado, con la notoria diferencia del aumento del gramaje del papel a uno de 150 gramos, como máximo. En el resto de elementos que las componen no hay diferenciación técnica.

En lo referido a las cajas, estas estarán compuestas en su totalidad por cartón ondulado de doble cara que no precisa de ningún tipo de acabado además del corte, hendidado y la estampación de la identidad visual de la empresa junto con los datos necesarios.

La diferenciación entre las cajas vendrá dada por su interior, el cual estará compuesto por una pieza de cartón ligeramente más grueso y troquelado con la forma de los distintos elementos o productos que se incorporen.

⁴² Anexo XV

⁴³ Anexo XVII



Fig. 81 (Izq.), 82 (Centro) y 83 (Der.). Fotografías de los resultados de las guías-kit, con sus correspondientes cajas y los elementos complementarios.



Cosplay

A modo de ejemplo de lo que cualquier persona podría realizar en un ambiente como es Cosplace se ha propuesto la realización de un cosplay, mostrando no solo el resultado, sino también fotos del proceso.

Siguiendo los consejos y recomendaciones de diferentes cosplayers y gente relacionada con la subcultura que se descubrieron durante la fase de investigación, cuando se planteó la realización de un cosplay, o al menos un elemento de este, como ejemplo de lo que se podría llegar a hacer, lo primero fue buscar una fuente de origen que supusiera un gran vínculo emocional, ya que de esta forma se garantiza un nivel de motivación más alto.

En este caso, la fuente de origen fue la franquicia de Pokémon, creada por Satoshi Tajiri en Japón, en el año 1996. Hablando desde lo personal, ha sido un medio de ficción con el que están relacionados muy buenos recuerdos. A día de hoy goza de gran popularidad, contando con una gran cantidad de contenido entre videojuegos, mangas, animes, películas y merchandising. Sin embargo, a pesar de la cantidad de personajes que se pueden extraer de todas estas creaciones, el foco se mantuvo desde el primer momento en las propias criaturas que dan nombre a la franquicia.

La idea de desarrollar un cosplay dentro de lo conocido como *gijinka* resultaba bastante atractiva, ya que no tendría que suponer una copia exacta del personaje, permitiendo de esta manera, desarrollar cuestiones de originalidad, tanto creativas como de diseño. Al mismo tiempo, elimina cualquier preocupación y crítica que se pudiera dar por cuestiones fisiológicas difíciles de cambiar.

El primer paso, por lo tanto fue elegir cual de todas las criaturas existentes llevar a la práctica del cosplay. Para esto, primero se realizó una preselección⁴⁴ de entre todos los pokémon de las ocho generaciones⁴⁵ existentes en ese momento, haciendo un total de 905. A medida que se avanzaba se fueron apuntando los respectivos nombres, siempre teniendo en cuenta una serie de planteamientos relacionados con el diseño de los mismos. Por cuestiones de tiempo, no podía ser demasiado complejo, pero tampoco interesaba una gran sencillez, ya que se debían de poder extraer elementos suficientes para una humanización.

El listado resultante se valoró finalmente a través de una matriz ponderada⁴⁶ que consideraba cuestiones de complejidad, diseño o número de elementos. Finalmente, el

elegido fue el Pokémon Volcarona, del cuál se llevó una breve investigación.



Fig. 84. Sprite oficial de Volcarona.

⁴⁴ Anexo XIX

⁴⁵ Generación Pokémon: Se denomina generación al conjunto de criaturas, características e innovaciones que se recogen en cada nuevo juego que produce la franquicia pokémon, coincidiendo en algunas ocasiones con cambios de consola.

⁴⁶ Anexo XX

Volcarona

Peso: 46,0 kg **Altura:** 1,6 m

Volcarona (pronunciado como /bol.ka.'ro.na/, ウルガモス *Ulgamoth* en japonés) es un Pokémon de tipo bicho y fuego introducido en la quinta generación. Su nombre proviene de las palabras inglesas *volcano* (volcán) y *corona* (corona solar); mientras que su nombre japonés, *Ulgamoth*, proviene las palabras ウルカヌス (*Urukonusu*, Vulcano, dios romano del fuego), 蛾 (*ga*, polilla) y de la palabra inglesa *moth* (polilla).

Esto es debido a que está basado en una mariposa atlas, considerada como la mariposa más grande del mundo; así como también parece recibir influencia de los lirios tigre, debido a la coloración de sus alas.

Se dice que cuando la superficie de la Tierra fue ocultada por ceniza volcánica, la llama de Volcarona sirvió de sustituto del sol y gracias a ello salvó a muchos Pokémon de la congelación. Cuando combate, expulsa una gran cantidad de escamas ardientes procedentes de sus alas, generando un increíble mar de fuego. Habita en zonas áridas y sumamente calurosas. Volcarona era temido por la gente de hace mucho tiempo, por lo que recibió el apodo de la Ira del Sol. Sin embargo, algunas leyendas también relatan cómo nació de un capullo en llamas para acudir al rescate de humanos y Pokémon a punto de perecer por el frío extremo.



Fig. 85 (Arriba) y 86 (Abajo). Sprites delantero y trasero de Volcarona mostrados en el anime Viajes Pokémon (episodio 1169; 2019 - en emisión).

Descripción Pokédex⁴⁷

Estas son las entradas sobre Volcarona en cada uno de los videojuegos en los que aparece:

- Pokémon Negro/ Pokémon Y/Pokémon Zafiro Alfa: Antaño, las cenizas volcánicas cubrieron los cielos. Entonces, sus llamaradas sirvieron de sol.
- Pokémon Blanco/Pokémon X/Pokémon Rubí Omega: Cuando combate, despide escamas ardientes de sus seis alas y genera un mar ígneo a su alrededor.
- Pokémon Negro 2/ Pokémon Blanco 2: Se cree que es la encarnación del sol. Salvó a muchos Pokémon de la congelación al surgir en mitad de un cruel invierno.
- Pokémon Ultrasol: Esparce escamas flamígeras a medida que surca el cielo. Era temido por la gente de tiempo ha, que lo apodaron la Ira del Sol.
- Pokémon Ultraluna: Una leyenda relata cómo nació de un capullo en llamas para acudir al rescate de humanos y Pokémon ateridos por el frío.
- Pokémon Espada: Se dice que sus escamas flamígeras pueden tanto causar incendios como amparar a aquellos que sufren las inclemencias del frío.
- Pokémon Escudo: Nace de una pupa envuelta en llamas. En algunas pinturas rupestres aparece representado como una deidad del fuego.



Fig. 87. Mural de Volcarona mostrados en el anime Viajes Pokémon (episodio 1169; 2019 - en emisión).

Conclusiones investigación

Tras recabar esta información, se puede intuir que una criatura con las características mencionadas debe de poseer cierta importancia, influir cierto respeto. Si se habla de un ser capaz de sustituir el sol, se puede concebir casi como una deidad. Es de este planteamiento del que nace la idea, así como las decisiones tomadas a la hora de ejecutar el cosplay. Se pretendía, por lo tanto, realizar un alter ego que transmita cierto poder, resonando con una figura bien posicionada por un motivo u otro.

⁴⁷ Pokédex: Directorio encontrado en los juegos de la franquicia pokémon que actúa a modo de enciclopedia.

Realización

Con esto en mente, se aprovechó para realizar una primera aproximación gráfica con el desarrollo de un concept art. Aquí es dónde se empieza a ser consciente de que elementos se mantienen, como los cuernos que posee el diseño original; cuales se adaptan, como el cuerpo que pasa a ser un chaleco y unos pantalones pintados; y cuales reciben una inspiración directa, como las alas que sirvieron para realizar una capa. Una vez realizado la ilustración, se materializó en una serie de elementos, cuyo proceso se muestra en los anexos:

- Una camiseta negra comprada.
- Unos pantalones comprados, pero modificados con pintura acrílica azul, de la marca Prager, y suavizante.
- Un chaleco hecho a medida por mi compañera Yanira Vera Hernández para una sesión fotográfica anterior para su propio negocio.
- Unos cuernos, realizados con goma EVA naranja y silicona caliente, y unidos con una diadema. Retocados posteriormente con pintura acrílica Lehmann roja y naranja, así como pintura acrílica fluorescente rojo fluorescente marca La Pajarita.
- Una capa realizada con tela y decorada con pintura acrílica burdeos marca Prager.
- Un bastón añadido hecho con un bastón de juguetes, una bola de plástico acrílico, silicona caliente, unas luces led, y decorado con pintura acrílica negra y dorada de la marca Lehmann.

Para determinar el maquillaje, se realizó una prueba previa, la cuál se registró fotográficamente y se evaluó acorde a los planteamientos que han sido mencionados y que se siguieron como pautas en la realización de los demás elementos. Al detectar coincidencia, al igual que reminiscencia con el pokémon original solo se realizaron ligeras modificaciones con el final.



Fig. 88. Concept art del cosplay *gijinka*.



Fig. 89. Ropa empleada para el cosplay.



Fig. 90. Bastón.



Fig. 91. Cuernos.

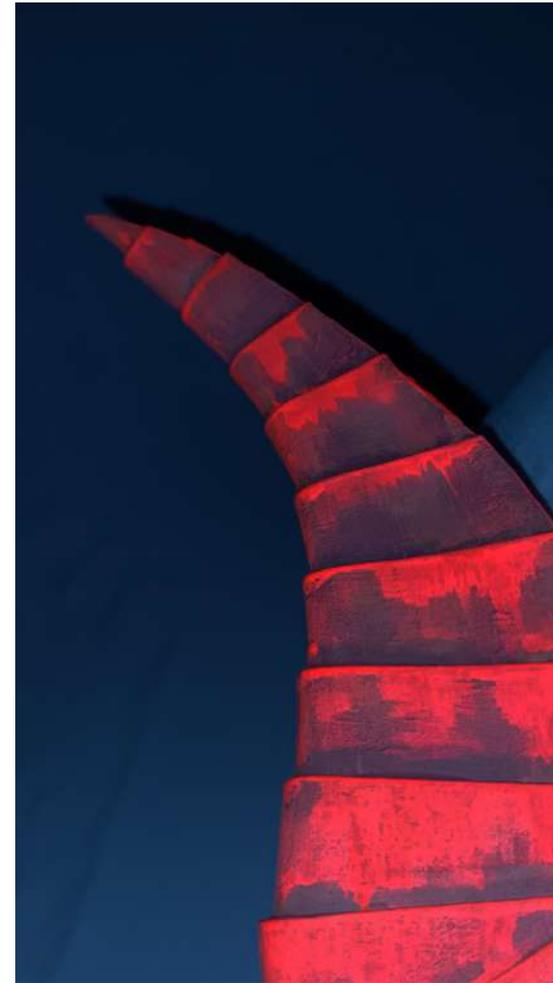


Fig. 92. Detalles de los cuernos en luz UV.

Sesión fotográfica

La sesión fotográfica tuvo lugar el 19 de junio en el Barranco de Palo Blanco, por encima del British School Tenerife, en el municipio de Los Realejos. Ocupando cerca de cuatro horas, incluyendo el proceso de maquillaje y vestimenta, de las cuales también se dejó constancia fotográfica.

Solo se empleó una cámara Canon EOS 2000D, manejada por mi compañero Manuel Rodríguez Marante, quién realizó las funciones de fotógrafo. La dirección artística, maquillaje, vestuario, dirección fotográfica y edición fotográfica siguieron estando a mi cargo.



Fig. 93. Barranco de Palo Blanco.



Fig. 94. Resultado de la sesión de fotos.



Fig. 95. Resultado de la sesión de fotos.



Fig. 96. Resultado de la sesión de fotos.



Fig. 97. Resultado de la sesión de fotos.



Fig. 98. Resultado de la sesión de fotos.



Fig. 99. Resultado de la sesión de fotos.

Conclusiones del cosplay

Tras realizar el cosplay se puede asegurar que su realización y caracterización generó pequeñas modificaciones del carácter a nivel personal. Al llevarlo puesto se demostraba una mejoría en lo referido a autoestima, seguridad y decisión se refiere. La única incomodidad percibida, encima con antelación, fue que en situaciones en las que hubiera más calor este podría generar situaciones y momentos adversos desfavorables por solventar. También se detectaron sentimientos de autorrealización y orgullo al llevar puesto algo que había hecho, en su mayoría, por mi cuenta. Incluso a medida que se iban incorporando las distintas piezas que conforman el cosplay, se podía percibir la aparición y cambio gradual de otra entidad formándose por primera vez. Al mismo tiempo, fue un momento de autoconocimiento, decidir que iba primero era como una conversación interna sobre la importancia de los elementos, recordatorios de lo que quedaba y las limitaciones que iban surgiendo.



Fig. 100. Cosplay al completo.



Promoción

A pesar de que no se ha trabajado este apartado de forma activa, a lo largo del proceso se ha generado material suficiente que puede servir como promoción de la empresa. No solo los carteles que se mostraban con las mascotas, sino con otros elementos como las guías o el propio proceso del cosplay que pueden servir para este recurso. A continuación se muestran unos ejemplos como publicaciones de *stories* en la red social de *Instagram*.



Fig. 101. Ejemplo de story.



Fig. 102. Ejemplo de story.



Fig. 103. Ejemplo de story.



Fig. 104. Ejemplo de story.



Fig. 105. Ejemplo de story.

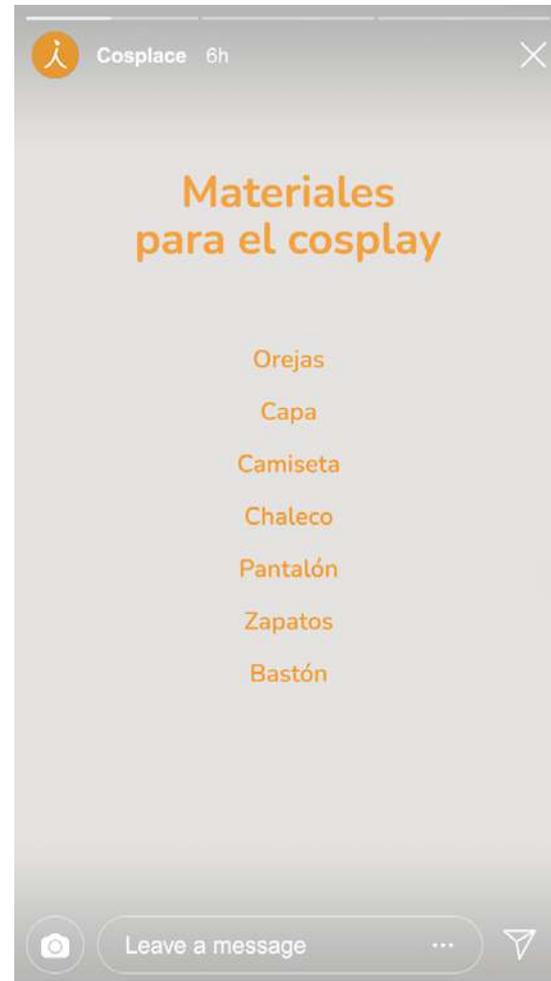


Fig. 106. Ejemplo de story.

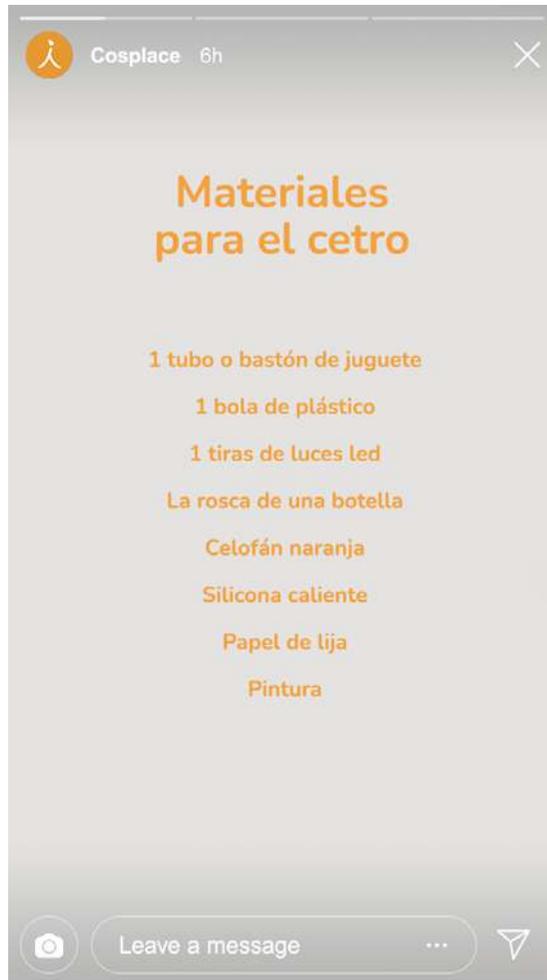


Fig. 107. Ejemplo de story.



Fig. 108. Ejemplo de story.



Fig. 109. Ejemplo de story.



Fig. 110. Ejemplo de story.



Fig. 111. Ejemplo de story.



Fig. 112. Ejemplo de story.

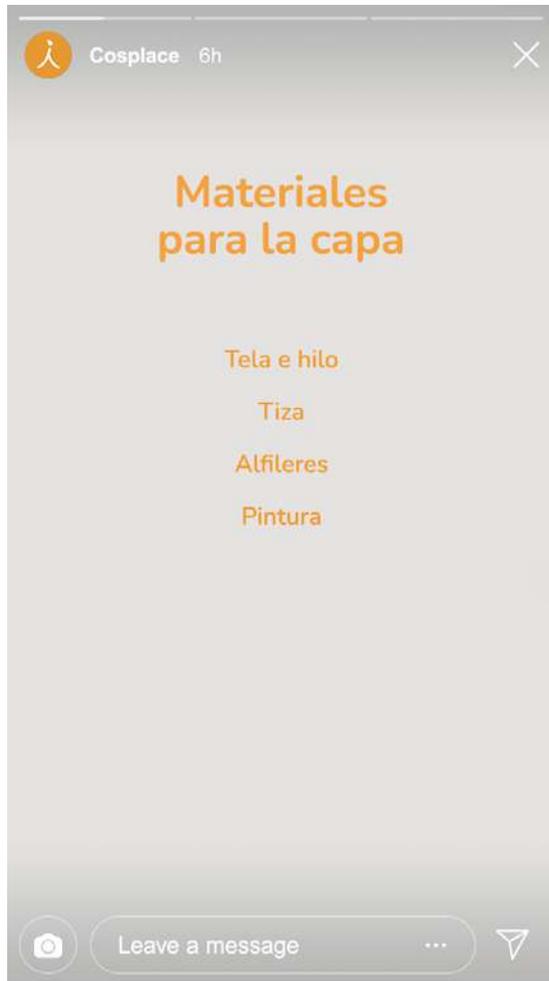


Fig. 113. Ejemplo de story.



Fig. 114. Ejemplo de story.



Fig. 115. Ejemplo de story.



Fig. 116. Ejemplo de story.



Fig. 117. Ejemplo de story.



Fig. 118. Ejemplo de story.



Fig. 119. Ejemplo de story.



Fig. 120. Ejemplo de story.

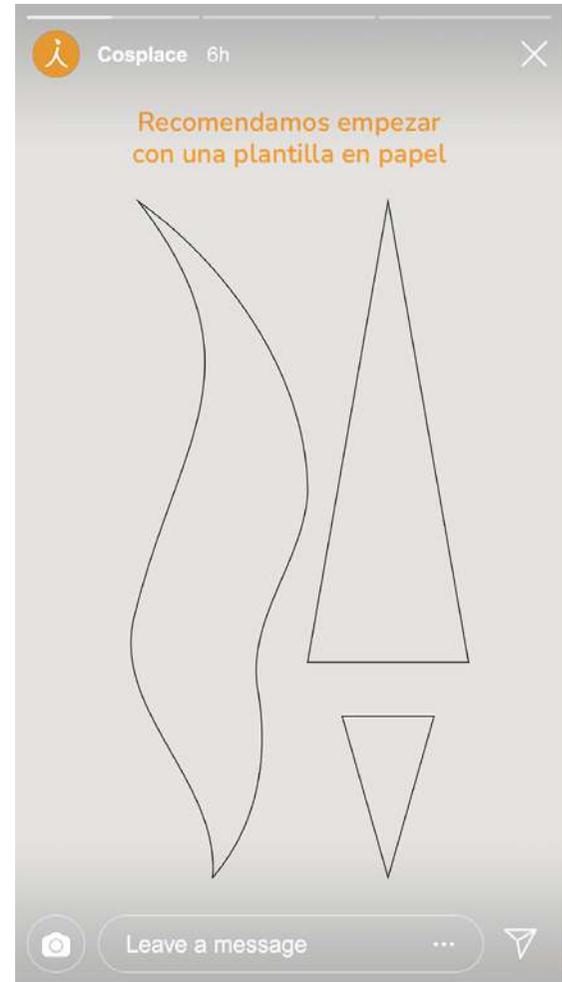


Fig. 121. Ejemplo de story.

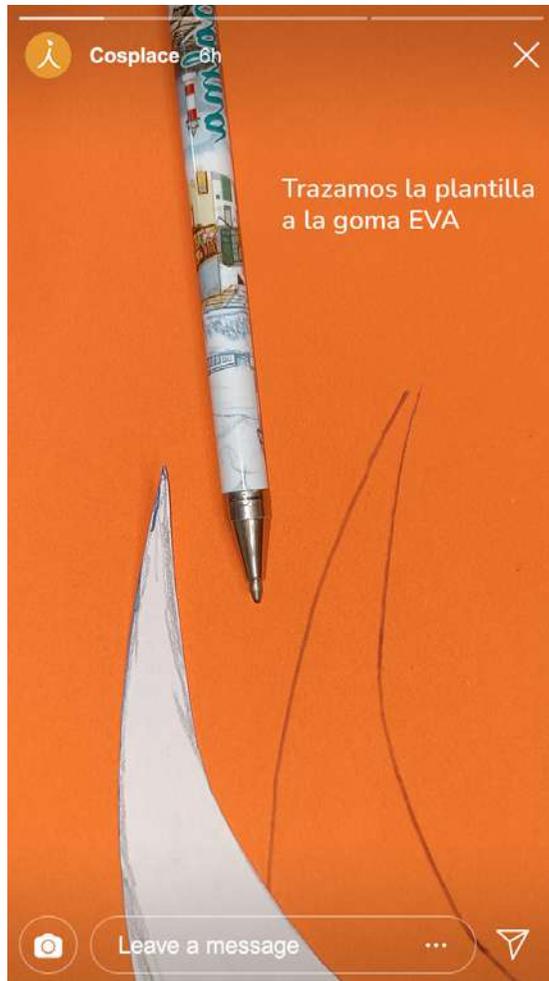


Fig. 122. Ejemplo de story.



Fig. 123. Ejemplo de story.



Fig. 124. Ejemplo de story.



Fig. 125. Ejemplo de story.



Fig. 126. Ejemplo de story.



Fig. 127. Ejemplo de story.



Fig. 128. Ejemplo de cartelera.

Conclusión

Tal y como se ha reiterado en varias ocasiones a lo largo de este documento, y por extensión en este proyecto, el cosplay es una práctica que cada día cuenta con una popularidad mayor. Aunque las causas son muy diversas, llegando a resultar en algunos casos personalísimas; una vez que se superan aquellas más superfluas y llamativas visualmente, se puede apreciar otras tantas igual o incluso más interesante. Su filosofía proactiva y su gran componente socio-humanitario suponen un paradigma en sí mismo.

Al contrario de lo que se puede pensar a priori, no solo se invierten recursos en la realización de un disfraz, sino que esto supone invertir en una serie de beneficios, entre los que destacan los personales. Pero, al mismo tiempo, comprendidos y correctamente ejecutados, se pueden extrapolar a otras áreas de la propia vida; considerándose de esta forma a la práctica del cosplay no solo como un modelo a seguir, sino también como un precursor de lo que se puede llegar a ser.

Finalmente, el trabajo desarrollado ha desempeñado un papel importante a la hora, no solo de poner a prueba todos los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo, sino que también una reiteración empírica de la importancia del diseño, así como de las herramientas, metodologías, y técnicas que se desarrollan en este mismo. En este caso logrando más que la materialización de una idea, llegando a servir como vehículo para la correcta comunicación de un carácter, unas intenciones y una filosofía tan peculiar como es la que engloba la subcultura que se ha trabajado.

Me permito decir que es difícil encontrar las palabras para describir lo agradable, inmersivo, honesto, y, sobre todo, generoso que ha sido trabajar con el cosplay.

Glosario

- Anime (アニメ): Animación japonesa caracterizada por el uso particular de la animación limitada, expresión en plano, suspensión del tiempo, amplitud temática, compleja línea narrativa, y un estilo peculiar de dibujo de línea muy definida y colores llamativos.
- Chibi (ちび / チビ): Sustantivo japonés que describe a una persona pequeña o en su niñez. Se emplea para describir un personaje, o la versión del mismo, pequeño, e incluso adorable.
- Con: Abreviatura de convención. Empleada sobre todo en el ámbito anglosajón.
- Cosmaker: Persona que confecciona un vestido. Puede ser quién los labora pero no necesariamente quién los porte.
- Cosplayer: Persona que ejecuta el cosplay, pudiendo coincidir con quien lo realiza.
- DIY: Abreviatura en inglés de *Do It Yourself*, Hazlo Tú Mismo. Práctica por la cuál se fabrica o repara objetos por cuenta propia, y que generalmente sirve para ahorrar dinero y obtener múltiples beneficios como desarrollo de destrezas, combatir el aburrimiento o estrés, etc.
- Dōjinshi (同人誌): Manga autopublicado, similar al formato *fanzine*. Es un *portmanteau* compuesto de *dōjin* (同人, misma persona) y *shi* (誌, revista o distribución)
- Fandom: Conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular.
- Fanspeak: Argot desarrollado en las comunidades de fanáticos.
- Fanzine: Publicación periódica hecha con pocos medios y de tirada reducida que trata de temas culturales alternativos.
- Furry: Cultura que encuentra gusto por el contenido que gira o incluye animales antropomórficos
- Fursona: Alter ego que puede crear una persona que pertenece a la comunidad furry.
- Fursuit: Vestimenta o traje por la que una persona se caracteriza de su alter ego o fursona.
- Hito (人): *Kanji* japonés para la palabra persona
- Imagotipo: Tipología de símbolo marcario que combina logotipo e icono, en los que ambos pueden funcionar a su vez por separado.
- IVC: Abreviatura de Identidad Visual Corporativa.
- Kameko: Persona que acude a las convenciones preferentemente para tomar fotografías de la gente disfrazada, y que además, las comparte, generalmente, en alguna página web o red social.
- Kanji: Sinogramas utilizados como uno de los tres modelos en la escritura del idioma japonés.
- Kawaii (可愛い): Adjetivo japonés que describe algo bonito o tierno.
- Kosu (コス): Disfraz.
- Kosupure (コスプレ): Cosplay.
- Manga: Comic de origen japonés de estética generalmente sencilla y definida, con personajes ligeramente exagerados.
- Mash-up: Combinación de dos o más elementos.
- OC: Abreviatura de la voz inglesa *original character*, cuya traducción es personaje original

Otaku (おたく, オタク, ヲタク): Originalmente describe de manera despectiva a un fanático extremo y obsesionado. En occidente describe a la persona con una alta vinculación con los mundos del manga y del anime, o incluso a la cultura japonesa, sin ninguna marca peyorativa.

ONA (Original Net Animation): Animación de corta duración creada para su distribución por Internet.

OVA (Original Video Animation o Only Video Available): Animación destinada a su consumo en video y que no se emite por televisión. Se puede entender como un capítulo especial al margen de la historia principal.

Pokédex: Directorio encontrado en los juegos de la franquicia pokémon que actúa a modo de enciclopedia.

Portmanteau: Acrónimo.

Prop: Atrezzo. Cualquier elemento que completa un disfraz.

Propmaker: persona dedicada a realizar con diversos materiales todos los aditamentos que no son prendas de vestir para completar el disfraz, abarcando desde joyas a armas, adornos, alas, etc.

Pure (ブレ): Interpretación, actuación.

Rōmaji (ローマ字): Escritura de la lengua japonesa empleando el alfabeto latino.

Sprite: Tipología de mapa de bits empleado sobre todo en el ámbito de los videojuegos para la creación de gráficos con poses, expresiones y alguna animación.

Tagline: Lema. Frase corta que captura la esencia, personalidad y posicionamiento de una marca, y la distingue de sus competidores.

Upcycling. Aprovechamiento de productos, materiales de desecho o residuos para fabricar nuevos materiales o productos de mayor calidad, mayor valor ecológi-

co y mayor valor económico. Denominado también como suprarreciclaje, supraciclaje, sobreciclaje o reutilización creativa.

Weeb: Término que describe a las personas que no son originarias de Japón pero están obsesionadas con su cultura. Originalmente encontrado como weeaboo y con naturaleza despectiva.

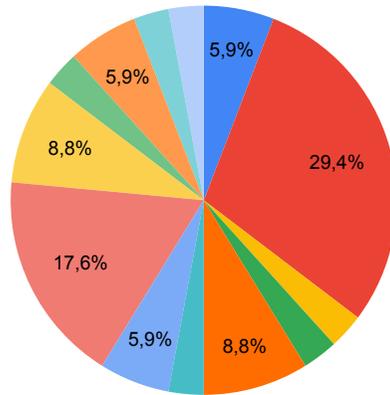
Anexo I: Matriz de preguntas para la encuesta

	Tema	Objetivos	Preguntas
Generales	Definición	Conocer la percepción que se tiene del cosplay.	¿Cómo definirías brevemente el cosplay?
			¿Qué diferencias dirías que hay entre el cosplay y un simple disfraz?
			¿Qué dirías que marca la diferencia entre un cosplay de un gran cosplay?
			¿Crees que es una práctica extendida?
			¿A qué crees que se debe la popularidad del cosplay?
			¿Crees que en el cosplay hay mayor participación masculina o femenina?
Ventajas	Interesarse por el posible potencial que tiene o puede tener la práctica.	¿Consideras que el cosplay es ecológico? Si no es así, ¿consideras que puede llegar a serlo?	
		¿Qué beneficios crees que puede aportar el cosplay? ¿E inconvenientes?	
		¿Crees que podrían existir más eventos dedicados al cosplay?	
Cosplayers	Percepción personal	Conocer e interesarse por las peculiaridades con las que cada persona se relaciona con el cosplay.	¿Cuánto llevas haciendo cosplay?
			¿Cómo conociste la práctica del cosplay?
			¿Cuánto dinero y tiempo invierte en preparar sus creaciones?
			¿Dónde sueles realizar el cosplay?
			¿Qué dirías que es lo más difícil del cosplay?
	Cambio	Conocer cómo el panorama ha ido, y sigue, cambiando y adaptándose.	¿Qué diferencias hay desde sus comienzos hasta ahora en el entorno?
			¿Qué factores crees que han ayudado a la extensión del cosplay?
			¿Es más fácil adquirir productos ahora que antes?
			¿Te gustaría que hubiera un espacio colaborativo dónde trabajar estos proyectos?
			¿Te gustaría que hubiera algún organismo que se encargue de promover el cosplay a nivel insular?
Organización	Organizativo	Conocer cómo se articulan los eventos de forma interna, interesándose por temas de popularidad, económico y promocional.	¿Reciben mucha afluencia los eventos que organizan?
			¿Reciben muchas peticiones de participación?
			¿Qué es lo que más cuesta organizar del evento?
			¿Sienten que los participantes y el público queda satisfecho con el evento?
			¿Los organizadores son empresas privadas o institucionales?
			¿Cuentan con apoyo financiero público o privado? ¿De quién?
	Económico		¿Cómo promocionan el evento?
	Promocional		¿Qué acciones publicitarias realizan y a qué tipo de público va dirigido?

Anexo II: Respuestas de la encuesta

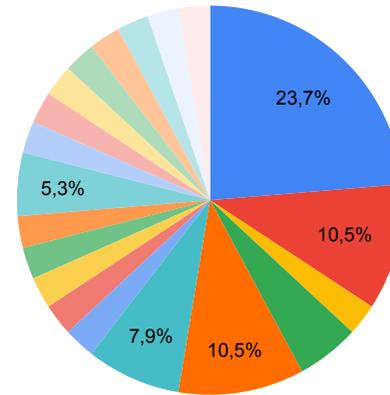
¿Cómo definirías brevemente el cosplay?

- Diversión
 - Caracterización
 - Amor por un personaje
 - Actividad para todes
 - Expresión
 - Arte
 - Pasión
 - Hobby
 - Modo de vida
 - Interpretación
 - Autoexploración
- 2 más



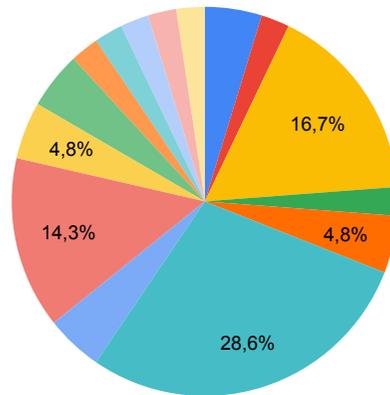
¿Qué diferencias dirías que hay entre el cosplay y un simple disfraz?

- Caracterización
 - Elaboración
 - Estereotipación
 - Interpretación
 - Pasión
 - Dedicación
 - Autoexplicativo
 - Personaje específico
 - Caracaterización
 - Cariño
 - Calidad
- 9 más



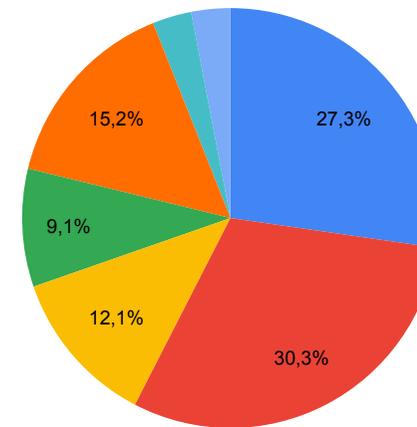
¿Qué dirías que marca la diferencia entre un cosplay de un gran cosplay?

- Depende del personaje
 - Motivación
 - Tiempo
 - Dinero
 - Interpretación
 - Detalle
 - Cariño
 - Dedicación
 - Actitud
 - Ninguna
 - Reconocimiento
- 4 más



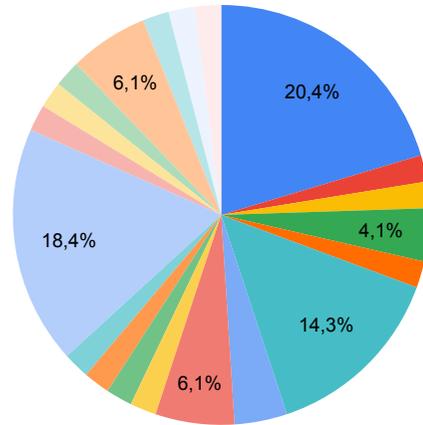
¿Cómo conociste la práctica del cosplay?

- Internet
- Verlo en vivo
- Anime
- Redes Sociales
- Amistades
- No se acuerda
- Pareja



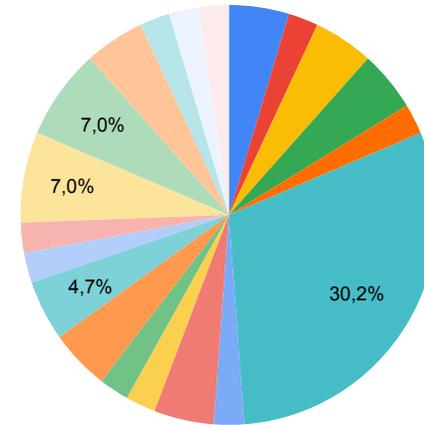
¿Qué beneficios a nivel personal te aporta el el cosplay?

- Autoestima
 - Experiencia
 - Probar cosas nuevas
 - Satisfacción
 - Serotonina
 - Autorealización
 - Entretenimiento
 - Diversión
 - No sabría decir
 - Definir la vida profesional
 - Inspiración
 - Ilusión
- 8 más



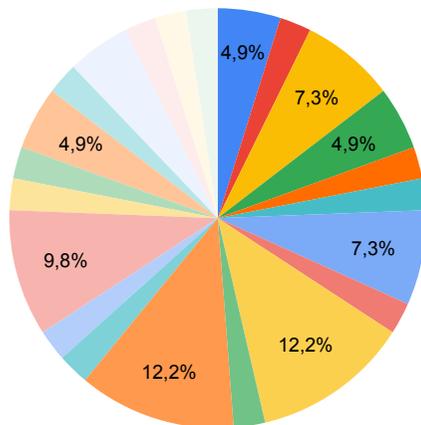
¿E inconvenientes?

- Propia comunidad
 - Movilidad
 - Comodidad
 - Malas miradas
 - Fotos sin permiso
 - Presupuesto
 - No sabría decir
 - Confusión
 - Atención
 - Laborioso
 - Clima (calor)
 - Críticas
- 8 más



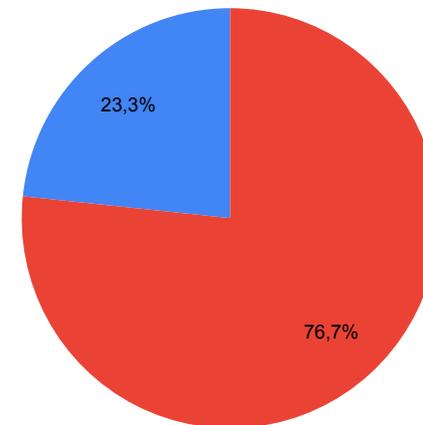
¿Qué dirías que es lo más difícil del cosplay?

- Armaduras
 - Cosas pequeñas
 - Pelucas
 - Elaboración
 - Costura
 - Atreverse
 - Peluca
 - Accesorios
 - Presupuesto
 - Maquillaje
 - Detalles
 - Caracterización
- 10 más



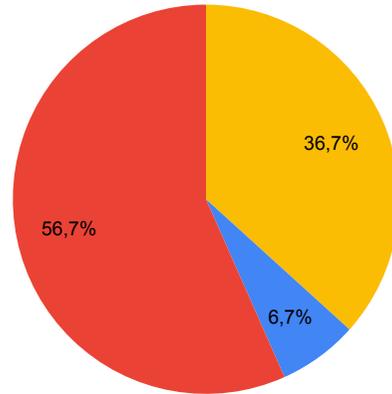
¿Consideras que el cosplay es ecológico?

- No
- Sí



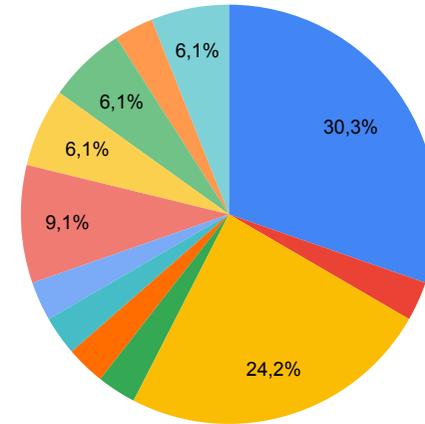
¿Crees que en el cosplay hay mayor participación masculina o femenina?

- Ambas por igual
- Masculina
- Femenina



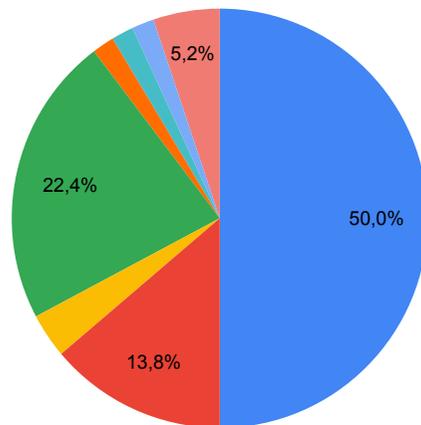
¿A qué crees que se debe la popularidad del cosplay?

- Personajes
- Fanservice
- Cultura geek
- Sobresexualización femenina
- Llamativo visualmente
- Es divertido
- Autorealización
- Convenciones
- Anime
- RRSS
- Comunidad
- Cambio de pensamiento



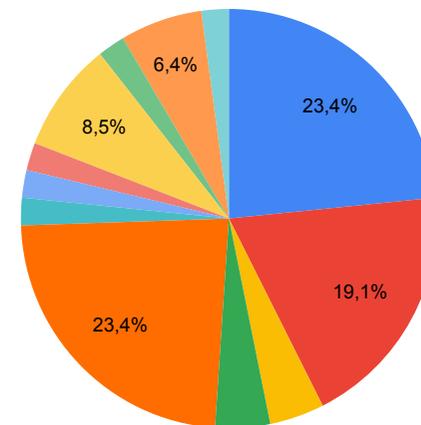
¿Dónde sueles realizar el cosplay?

- Convenciones
- RRSS
- Carnavales
- Casa
- Calle
- Fiestas
- Taller
- Sesiones de fotos



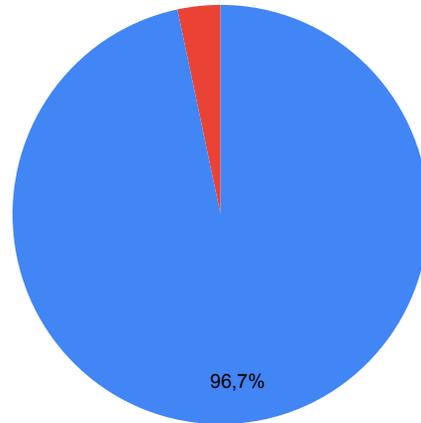
¿Dónde sueles adquirir los materiales?

- AliExpress
- Bazar
- Basura
- Tienda específica
- Internet
- Cualquier lado
- Tienda específica
- No definido
- Tiendas específicas
- Reciclado
- Tiendas específicas
- Todo es válido



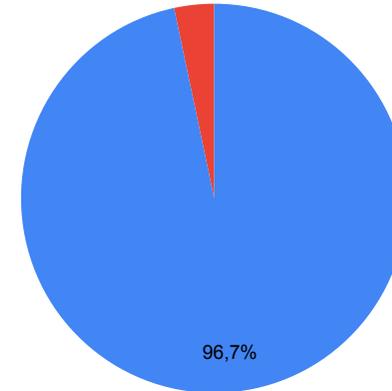
¿Crees que podrían existir más eventos dedicados al cosplay?

● Sí
● No



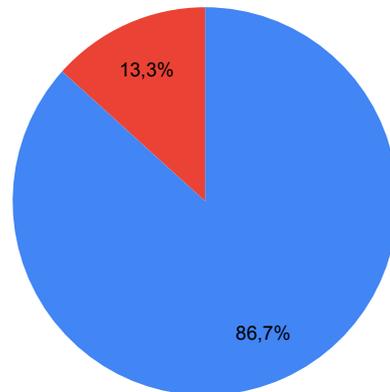
¿Te gustaría que hubiera un espacio colaborativo dónde trabajar estos proyectos?

● Sí
● No



¿Te gustaría que hubiera algún organismo que se encargue de promover el cosplay?

● Sí
● No



Anexo IV: Análisis y círculos cromáticos de eventos, cosplayers y relacionados



World Cosplay Summit (Sekai Kosupure Samitto) o WSC

<https://www.worldcosplaysummit.jp/en/>

Organizado por TV Aichi, y realizado en la ciudad de Nagoya, prefectura de Aichi, Japón, es un evento anual internacional relacionado con el cosplay que promueve el intercambio amistoso internacional a través de la cultura popular japonesa. A partir de 2005, el evento es organizado como un concurso de cosplay, el World Cosplay Championship, y por lo tanto las eliminatorias para el campeonato son realizadas en los respectivos países de los participantes. Desde el mismo año, el evento es realizado en un período de dos días; el *Cosplayer Parade* (Desfile Cosplayer) se realiza en el primer día y el *Cosplay Championship* (Campeonato Cosplay) en el segundo día. Último fin de semana de julio, primer fin de semana de agosto (Este año 6 y 7 de agosto). Lugar: variado, Oasis 21 en 2021, distintos edificios significativos del área de compra de Osu como el Aichi art center



Cosplay World Master

<https://cosplayworldmasters.com/en/>

Es un concurso internacional realizado en Portugal cuyo objetivo es elegir a los mejores y más complejos cosplays. La participación es individual, por lo que cada país es representado por un único cosplayer, excepto el país luso por ser el creador y anfitrión, el cuál cuenta con dos representantes. Estos a su vez son elegidos en una primera fase clasificadora, celebrada en cada nación participe.



Comiket

<https://www.comiket.co.jp/>

El Comic Market (Komikku Māketto), o más conocido como Comiket (Komiketto) es una convención bianual de dōjinsihi, que se realiza en Tokio en agosto y diciembre durante tres días por edición. Actualmente se celebra en el centro de convenciones de Tokyo Big Sight cerca de Odaiba (Tokio). Se puede considerar uno de los lugares que vio nacer el cosplay, sin embargo, a día de hoy solo se puede realizar esta práctica en los espacios asignados.



Comic-con

<https://www.comic-con.org/>

La Convención Internacional de Cómics de San Diego (en inglés, Comic-Con International: San Diego), conocida también como Comic-Con o Comic-Con de San Diego, es considerada la convención más grande en su tipo en Estados Unidos y la cuarta más grande del mundo. Con carácter anual, este evento reúne durante cuatro días, generalmente en verano, a una gran cantidad de fanáticos y celebridades de distintos campos de la cultura popular.

Games-con

<https://www.gamescom.global/>

Gamescon es la feria europea más importante de electrónica, especialmente en lo que a videojuegos se refiere. Se celebra anualmente en el Centro de Exhibiciones de Colonia, Alemania, a finales de agosto. En ella se encuentran los principales desarrolladores y distribuidores del mundo, los cuales presentan sus novedades. Cuenta con una sección abierta al público y otra de entrada exclusiva para profesionales del sector y periodistas especializados, previamente acreditados. Además, cuenta con zonas específicas para familiares, elementos retros y el *cosplay village* (villa del cosplay), el cuál realiza una serie de diversas actividades.

Dragon-con

<https://www.dragoncon.org/>

La Dragon Con, también llamada Dragon*Con o DragonCon, es una convención anual multigénero, fundada en 1987, que tiene lugar en el barrio de Peachtree Center Atlanta, Georgia a principios de septiembre/finales de agosto. Cuenta con horas de actividades programas para fanáticos de muchos elementos de la cultura fan; como son los microeventos diarios para los cosplayers. Además, los organizadores se premian con el hecho de que su *mascarada* no es solo uno de los elementos claves, sino que también es uno de los concursos más longevos dedicados al cosplay.



European Cosplay Gathering o ECG

<https://www.ecg-cosplay.com/en/>

El ECG es un concurso de cosplay a nivel europeo cuya final se celebrará en la *Japan Expo* de París, en el parque de las exposiciones de Paris-Nord Villepinte cada año al principio del mes de julio o al final de junio durante cuatro días. La participación consiste en la representación de los distintos países participantes, la cual puede ser individual o grupal (máximo de 3 personas), previamente elegidos dentro de las fronteras de los estados participantes.



Manga Barcelona

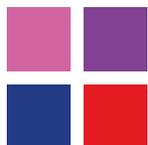
<https://www.manga-barcelona.com/es/inicio.cfm>

El *Manga Barcelona* (hasta 2018, *Salón del Manga de Barcelona*) es un evento sobre manga, anime y cultura japonesa organizado por *Ficomix* que se celebra anualmente en la Fira Barcelona (Barcelona). Se trata del evento de historietas enfocado en cómics japoneses más importante de España, y el segundo de Europa. Entre las actividades dedicadas al cosplay destacan las clasificatorias para el *European Cosplay Gathering*, el *World Cosplay Summit* y el *Eurocosplay*. Final de octubre, principio de noviembre.



Cosplay Central Crown Championships

Es un evento surgido de la unión de los concursos *EuroCosplay Championship*, cuya final es celebrada en la *MCM Comic Con* de Londres cada último fin de semana de octubre; y el *Crown Championship*, tradicionalmente realizado en la *C2E2 (Chicago Comic & Entertainment Expo)*. Bajo la organización del grupo ReedPop, y con carácter internacional, se celebrará en el mismo lugar y fecha que el *EuroCosplay*, en la que cada participante representará a su país. El *Crown Championship* a su vez, seguirá existiendo como fase clasificatoria.



Japan Weekend

<https://www.japanweekend.com/>

Japan Weekend es una entidad que engloba los distintos eventos con el mismo nombre en las ciudades de Madrid, Barcelona, Bilbao, A Coruña, Valencia, Burgos y Granada. Son considerados eventos referentes a nivel nacional en lo que a cultura pop se refiere, celebrados en distintos fin de semanas a lo largo del año.



TLP, Tenerife Lan Party

La *TLP Tenerife* era un evento multitudinario en Santa Cruz de Tenerife que se componía de diversos espacios en los que reunían a participantes interesados en las innovaciones tecnológicas, videojuegos, juegos de rol, cómic y cultura *otaku*. Este evento se dividía en cuatro secciones que se realizan de forma simultánea: *TLP Lan Party*, *TLP Summercon*, *TLP Innova* y *TLP eSports*. La primera funcionando las 24 horas del día, mientras que las otras tenían un horario de apertura y cierre. Se ha sustituido por el futuro *Tenerife GG*, el cuál tuvo su presentación en noviembre de 2021, y su primera edición se espera para julio de 2022



Fic Zone

<https://www.ficzone.com/>

FicZone es el mayor *Festival Internacional de Cine, Cómic, y Juegos* de Granada, por lo que se ha ganado el título del *Mayor Evento del Sur*. Albergando además al *Granada Gaming* y al *Festival de Juegos de Mesa Meeple Factory*, se ha celebrado generalmente en la Feria de Muestras de Armilla. Respecto a sus fechas, estas han variado, pero destaca el mes de abril. Lo interesante es el empleo de una especie de mascota, un pequeño robot.



Ultimate Cosplay Championship

<https://www.ultimatecosplay.com/>

Este evento surgió a raíz de la pandemia mundial sociosanitaria de la Covid-19, en la que la totalidad de eventos y convenciones tuvieron que aplazarse. Un grupo de amigos cosplayers tuvo la idea de realizar una competición virtual, la cual tuvo una gran acogida con más de 300 inscripciones de 32 países. Actualmente se quiere redirigir su labor a continuar la modalidad *online* a la vez que producir tutoriales educativos y ser un referente en otras convenciones.

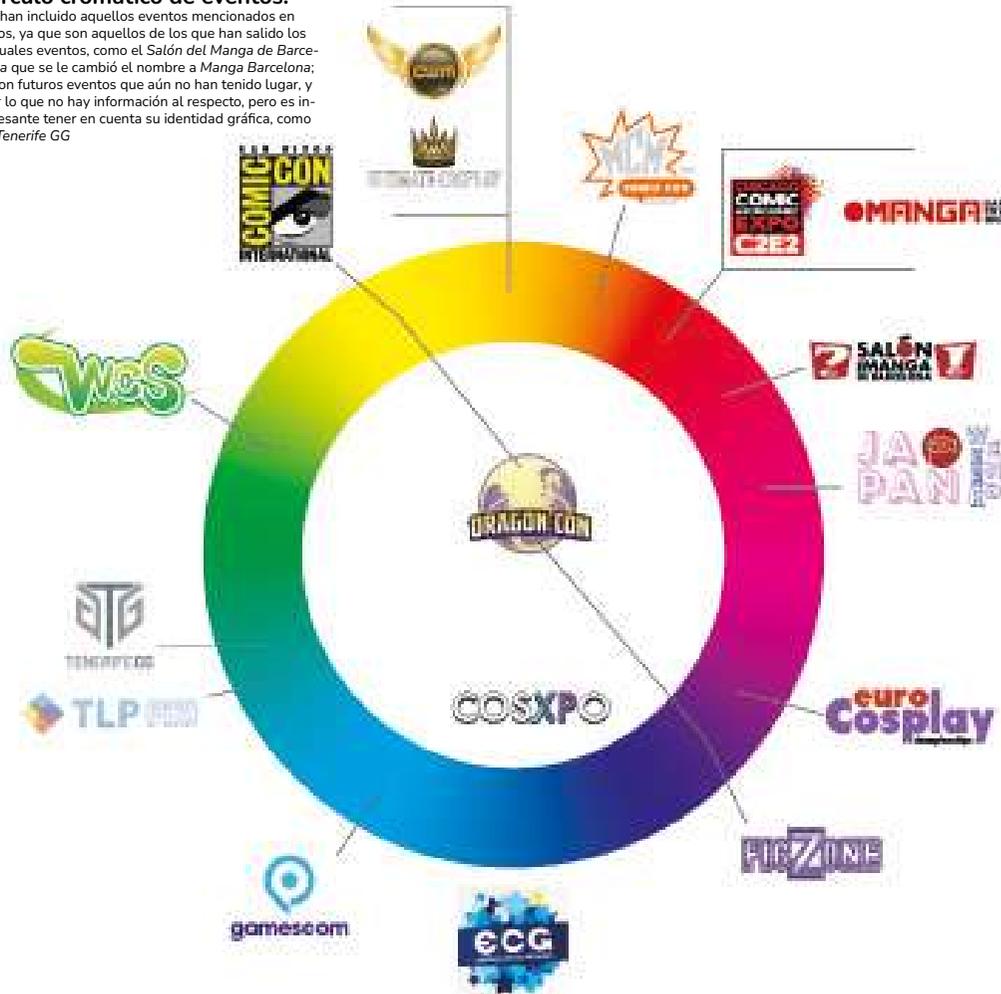
Cosxpo

<http://www.cosxpo.com/>

Cosxpo es un nuevo evento en Reino Unido que se centra en el arte del cosplay organizado por varios fanáticos de distintos campos, desde películas a videojuegos o cómics, pero que aman esta práctica. Es por este motivo que pretenden destacar todas aquellas habilidades y elementos que conforman el cosplay. No solo a través de competiciones y talleres típicas en estos eventos, también incluyen retos de velocidad, laboratorio para probar diversos materiales, set de fotografías, etc.

Círculo cromático de eventos.

Se han incluido aquellos eventos mencionados en otros, ya que son aquellos de los que han salido los actuales eventos, como el *Salón del Manga de Barcelona* que se le cambió el nombre a *Manga Barcelona*; o son futuros eventos que aún no han tenido lugar, y por lo que no hay información al respecto, pero es interesante tener en cuenta su identidad gráfica, como el *Tenerife GG*



Identidades acromáticas



Versiones especiales (hechas para aniversarios)





r31 studio ~ Steve Pearson

<https://www.r31studios.com/>

r31 se define como un cosplayer, centrado en el ámbito de la realización de *props* con gomaeva. Empezó en 2016 como R31 Cosplay & Props, motivado por su asistencia a las dos ediciones anteriores de la MCM Comic Con, con la simple idea de usar las redes como una forma de compartir sus creaciones y llevar un registro de su progreso. En poco tiempo ha crecido considerablemente, disfrutando de lo que hace y también de cómo crea la gente; es por esto que mantiene una filosofía abierta y colaborativa de su trabajo, compartiendo materiales, consejos y patrones.



Odin makes

Odin Makes es un artista que se ha dado a conocer por sus videotutoriales sobre la realización de *props*, principalmente, y muchos de ellos con gomaeva. El mismo se define como “un canal de cocina para *props*” en su biografía de Instagram.



SKS props

<https://www.sksprops.com/>

SKS es un artista versátil que destaca por trabajo en la realización de *props* y disfraces, generalmente con gomaeva. Esto le ha servido tanto para ganar varias competiciones como para trabajar con distintas compañías dedicadas al mundo de los videojuegos, como Activision, Bio Ware, Microsoft, Playstation o Xbox. Actualmente se ha retirado de las competiciones, pero se mantiene vinculado siendo juez y compartiendo tutoriales.



TNT Cosplay Supply

<https://tntcosplaysupply.com/>

Son un grupo de cosplayers y fanáticos que empezaron en la práctica, pero que no tardaron en darse cuenta de las carencias y necesidades que existían, sobre todo en lo referido a materiales, por lo que decidieron dedicarse a la producción y suministro de estos, especializándose en la gomaeva.

The logo for Punished Props Academy features the text "Punished Props" in a small, black, sans-serif font above the word "ACADEMY" in a larger, bold, orange, blocky font.

Punished Props Academy

<https://www.punishedprops.com/>

Similar a otros equipos, este matrimonio (Bill y Brittany) comenzó en 2009 a realizar sus disfraces y decoraciones, para en 2012 dedicarse profesionalmente a esto a través de crear una comunidad con tutoriales, y proporcionar elementos, tanto gratuitos como de pago. Su misión, según describen, es la de enseñar a las siguientes generaciones las habilidades necesarias para explorar con pasión y entusiasmo lo que adoran.

The logo for Kamui Cosplay features the word "Kamui" in a large, stylized, black, cursive font above the word "Cosplay" in a similar but slightly smaller font, with ".com" in a small font below "Cosplay".

Kamui Cosplay

<https://www.kamuicosplay.com/>

Desde 2003 este matrimonio alemán, conformado por Benji y Svetlana, no ha parado de llevar a la realidad disfraces y otros elementos de sus juegos, animes y películas favoritas. Además, les encanta compartir sus conocimientos y experiencias a través de libros, vídeos, publicaciones de blogs y tutoriales. Lo que les ha permitido tratar al cosplay como un trabajo a tiempo completo.

The logo for Kinpatsu Cosplay features the word "Kinpatsu" in a large, stylized, black, cursive font above the word "cosplay" in a similar but slightly smaller font.

Kinpatsu cosplay

<https://kinpatsucosplay.com/>

Tayla y Eric son las personas detrás del dúo que conforman Kinpatsu. Comenzaron por el año 2012 en Sudáfrica, aunque ahora residen en Canadá. Además de los más de cien trajes que han realizado en sus años de experiencia, también han escrito libros, creado patrones, grabado videotutoriales y trabajado con compañías como *Riot Games* para darle vida a diversos personajes.

Pretzl  Cosplay

Pretzl Cosplay

<https://www.joycedesign.nl/>

Los Países Bajos es el lugar de origen de Joyce, conocida como Pretzl Cosplay, quién comenzó en el mundo del cosplay gracias a su habilidad y gusto por crear disfraces detallados a través de la costura y sus habilidades manuales. Al igual que otros cosplayers ha conseguido ganarse un hueco con sus libros, patrones y vídeos en los que demuestra su pasión.



Yaya Han

<https://www.yayahan.com/>

Yaya Han se define como diseñadora de vestidos, artista del entretenimiento del cosplay y autora. Similar a muchos que se dedican a esta práctica, empezó desde cero, sin ningún tipo de conocimiento en la materia; sin embargo, gracias a su pasión, persistencia e incontables fallos ha conseguido llegar a crear una popular compañía en la comunidad del cosplay con accesorios, *merchandising*, e incluso telas, la primera en este campo.

LIGHTNING COSPLAY

Lightning Cosplay

<https://www.lightningcosplay.com/>

2012 fue el año en el que este dúo compuesto por Laura y Ralf comenzaron a atraer la atención del público con sus elaborados y detallados disfraces de fantasía, y más importante, de videojuegos, lo que les permitió trabajar para muchas grandes compañías de este sector como *Blizzard* o *Square Enix*. Además, complementan su actividad con libros, visitas a convenciones, talleres y videotutoriales.



Black Owl Studio

<https://www.blackowlstudio.com/>

Marie y Maël están desde 2012 detrás de este estudio francés en la estructura Hopla, un estructura de negocios en Mulhouse, enfocado a la creación de decoración y elementos de forma manual. Su estudio no solo cuenta con una tienda dónde recoger y observar sus propios productos, sino que además les ha permitido dar la bienvenida a cosplayers y otros entusiastas del trabajo manual para ganar experiencia en distintas modalidades o realizar sesiones conjuntas de creación.



Plexi Cosplay

<https://www.plexicosplay.com/>

PlexiCosplay es una cosplayer galardona cuyo objetivo es continuar compitiendo y elevando el listón en esta subcultura, a la vez que compagina su labor como Coordinadora de Marketing para la *Ultimate Cosplay LLC*. Esto, junto a su labor educativa y orientativa a través de tutoriales, entradas de blogs, talleres y paneles de eventos, ha servido para aportar gran apoyo a la comunidad.



Stella Chu

<https://www.stellachuu.com/>

Una empresaria y artista autodidacta es como se describe Stella, quién ha dedicado sus días a crear cosplays y promover la cultura *geek*. Ha logrado crear una comunidad propia gracias a su asistencia a convenciones, pero también a sus transmisiones en directo por distintas plataformas, en las que comparte su pasión y conocimientos. También es quién está detrás de *Stella Transforms*, un programa en vivo en el que viste a famosos youtubers y *streamers* con cosplays épicos.

ZIBARTAS COSPLAY**Zibartas Cosplay**

<https://zibartas.com/>

Peculiar es el trabajo que desempeña Zibarta, quién realiza elementos, o disfraces, con metal y luces, y a los que incorpora animatrónica. Campos en los que, además, muestra interés por enseñar sus conocimientos y consejos a través de videotutoriales.

VOLPIN PROPS**Volpin props**

<https://www.volpinprops.com/>

Volpin props se definen como un estudio de efectos SFX únicos, ya que se dedican profesionalmente a la realización de trajes del mundo de los videojuegos, muchos de los cuales han sido mostrados en las mayores competiciones de Esports y convenciones. Gracias a su calidad de trabajo, precisión y cuarenta años de experiencia entre todo el equipo, se han conseguido posicionar como líderes en la industria.

GIVEWAVE
studios

Aunque en la valoración general se considere acromático, el logo dispone de un punto de este color en la letra A.

Givewave studios

<https://www.givewavestudios.com/>

Una persona es quién se encuentra detrás de Givewave Studios que ha conseguido independencia gracias al cosplay. Para esto no solo atiende a convenciones, realiza videotutoriales o vende productos, sino que también acepta comisiones y aporta ayuda para la realización de elementos.

Círculo cromático de cosplayers y estudios






Cosplay Central

<https://www.cosplaycentral.com/>

Cosplay Central se proclama como la voz a nivel mundial de la comunidad cosplay y el primer destino para cualquier información relacionada con el cosplay, desde las últimas noticias, vídeos, entrevistas, tutoriales y demás. Forma parte del grupo de Reedpop, organizadores de muchas convenciones y eventos.




Cosplay Gen

<http://www.cosplaygen.com/>

<https://issuu.com/cosplaygen>

Cosplay Gen es una revista independiente bianual con alcance internacional que busca promocionar a cosplayers a través de entrevistas, críticas de varios eventos, artículos, fotografías, tutoriales y *trends*; aunque también mantiene un espacio destinado a la cultura asiática. Todos los beneficios obtenidos son orientados a la publicación del siguiente número.




myCostumes

<https://www.mycostumes.de/>

myCostumes es una tienda *online* con sede en Alemania especializada en artículos para el cosplay. Desde materiales hasta elementos estéticos como maquillaje y pelucas en un gran variedad de tonos. Ha sido durante varios años, y sigue siendo, un patrocinador en una gran diversidad de competiciones y eventos, algunos tan reconocidos como el *World Cosplay Summit*.



Thingergy Inc. We make things

<https://www.thingergyinc.com/>

Thingery es una empresa profesional enfocada a la realización de atrezzo y decoraciones para producciones y eventos para compañías como *Ubisoft*, *Netflix*, *Riot Game*, *Adobe*, entre tantas otras. Para esto cuentan con un equipo de profesionales y la última tecnología.



Gijinka Connecting Cosplay

<https://gijinka.online/>

Gijinka es una comunidad *online* nacida de la necesidad de un lugar dónde los cosplayers, creadores y fans de la cultura popular pudieran conectar. Actúa como un espacio central bajo el que se recogen foros, agrupaciones, direcciones de empresas y biblioteca de recursos. Además, se otorgan recompensas solo por el mero hecho de participar, que a su vez apoya directamente a los cosplayers.



Poly-Props

<https://www.poly-props.com/>

Poly-Props es una tienda online con base en Reino Unido y Estados Unidos. No solo vende cualquier material empleado en la elaboración de un cosplay, sino que además también disponen de un apartado de innovación por el que intentan desarrollar y perfeccionar materiales, como ocurre con la goma-eva.



Cosplay Fabrics by Wyla

<https://www.cosplayfabricsinternational.com/>

Cofundada por YayaHan y Wyla, dos veteranas en el mundo del cosplay, y quienes vieron la necesidad de diseñar y confeccionar un espacio para que, aquellas personas como ellas, pudieran obtener telas adecuadas y pensadas para estos usos. Desde entonces se han mantenido trabajando de forma cercana a estos artistas para continuar mejorando.



Cosplay Alliance

<https://www.blurb.ca/user/Konchus>

Cosplay Alliance es una revista que comenzó con el objetivo de unir a la comunidad, apoyando la inclusividad y poniendo atención en la dura labor que se requiere para crear los cosplays. Además de los distintos números, también se apoyan en un canal de *YouTube* para completar sus objetivos.





Cosplay Realm Magazine

<https://www.cosplayrealmmagazine.com/>

También reconocida como *Cosplay Realm* o *CRM* es una revista mensual internacional de cultura popular, cosplay y el estilo de vida geek. Estas publicaciones, por lo tanto, muestran cosplayers y artistas de todo el mundo, tanto en su versión digital como impresa.



Costume & Play

<https://www.costumeandplay.co.uk/>

Esta compañía pretende proveer servicios para ayudar a otras a entender los múltiples beneficios del cosplay como su increíble participación por parte de la audiencia, a la vez que se arraiga profundamente en la comunidad para ayudarla a crecer a través de ayudar a la realización de los mayores eventos de Cosplay en el Reino Unido.



Es cosplay

<http://escosplay.com/>

Escosplay es el portal de noticias de cosplay en España. Aquí no solo se comparten noticias generales, sino toda aquella información relacionada con concursos, eventos, entrevistas, tutoriales y otros contenidos multimedia.



Lumin workshop

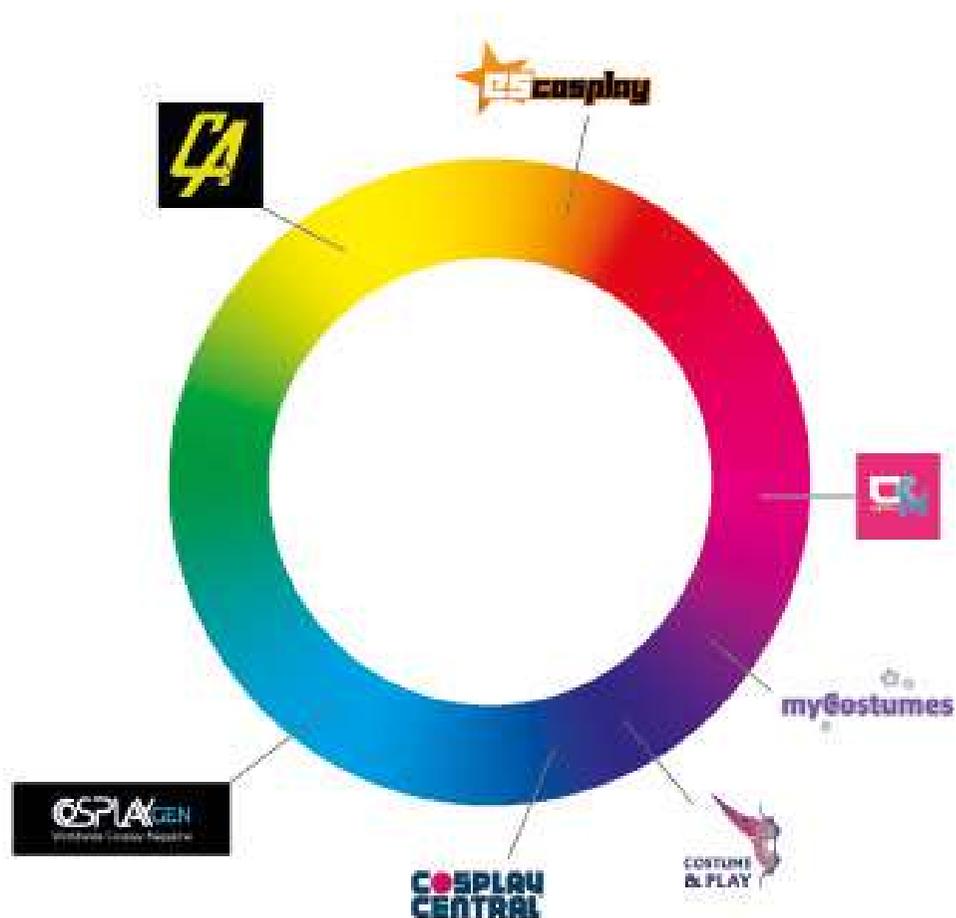
<https://www.luminsworkshop.com/>

Este negocio australiano, similar a otros ofrece una gran variedad de productos, herramientas y patrones empleadas para la realización del cosplay; pero también dispone de *merchandising* propio, así como provee de guías, libros, talleres y clases. Además, está creando comunidad gracias a las plataformas de retransmisión en directo como twitch.

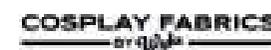


Aunque no aparezca en el logo, este color es empleado en sus redes sociales y página web

Círculo cromático de revistas, tiendas, etc



Identidades acromáticas





Anexo V: Agrupamiento tipográfico



Anexo VI: Rosseta para la identidad

<p>Comportamiento visual: Color cálido, naranja</p> <p>Figura humana</p>	<p>Actitud: Laboriosa</p>	<p>Actitud: Comunicación</p>	<p>Comportamiento visual: Elementos conectados con un "pasillo" o "calle"</p> <p>Tipografía palo seco de trazo redondeado</p> <p>Color cálido, naranja</p>
<p>Actitud: Energética</p>	<p>Valor: PASIÓN</p>	<p>Valor: COLABORACIÓN</p>	<p>Actitud: Amabilidad</p>
<p>Actitud: Constancia</p>	<p>Valor: PROGRESO</p>	<p>Valor: ESPACIO</p>	<p>Actitud: Estabilidad</p>
<p>Comportamiento visual: Figura ascendente, forma de "escaleras"</p> <p>Figura humana en movimiento.</p> <p>Dirección de izq. a der.</p>	<p>Actitud: Positivismo</p>	<p>Actitud: Amplitud</p>	<p>Comportamiento visual: Figuras amplias/abiertas</p> <p>Elemento simetrico</p> <p>Interletraje aumentado</p>

Anexo VII: Análisis de IVC

Signo de la Identidad Visual	Signos complementarios	
	Signo visual	Signo tipográfico
	Imagotipo (Isotipo + Logotipo)	Tipografía palo seco, Nunito. De trazo redondeado y con interletraje modificado para transmitir una sensación amable y de espacio.
Signos independientes		
Signo lingüístico-verbal	Signo iconográfico	Signo cromático
Nombre: Cosplace Denominación: Cos (Costume = Disfraz) + Place (Lugar) Designación: Lugar de Cosplay	Logotipo: Palabra Cosplace Iconotipo: Cosplace + Línea divisoria Signos iconográficos: 	Naranja - Pantone 130 U Aporta dinamismo, carácter social y comunicación Negro -

Anexo VIII: Bocetos



Anexo IX: Pruebas tipográficas



cosplace **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
COSPLACE **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
COSPLACE **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
COSPLACE **COSPLACE**
cosplace **COSPLACE**
COSPLACE

Tipografía Lexend
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Tipografía Nunito
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Tipografía Rockgen
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

COSPLACE
 COSPLACE

COS P L A C E	COS P L A C E
cos P L A C E	cos P L A C E
cos P L A C E	cos P L A C E
cos P L A C E	cos P L A C E
COS P L A C E	COS P L A C E
cos P L A C E	cos P L A C E

COS P L A C E
COS P L A C E
COS P L A C E

workshop

Anexo X: Desarrollo icono y propuestas

Estudio de la adaptación del kanji Hito como pictograma

Kanji Hito (persona) Simplificado



Kanji Hito (persona) Caligráfico



Prueba de trazos y bocetos vectorizados



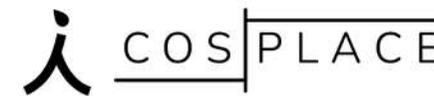
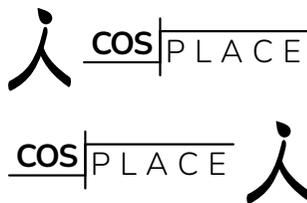
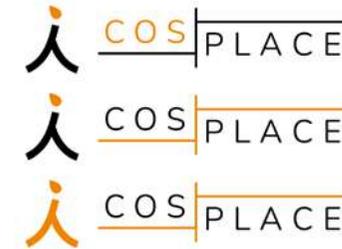
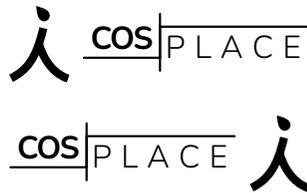
Prueba de trazos y bocetos a mano



Propuestas a nivel de boceto



Propuestas a nivel de boceto de composición







Cosplace

Manual de Identidad Corporativa

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Cosplace.

Debidamente aplicado, el presente escrito asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para la organización, a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones. Siendo, por lo tanto, normas de obligado cumplimiento, tanto por el propio organismo como por los proveedores de servicios de imagen, debido a que la consolidación de la imagen de marca garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública. Los casos que no estén descritos se regirán respetando los criterios genéricos y de estilo aquí definidos.

El manual debe ser, por ende, una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa. Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Índice

Elementos básicos	4	Patrones	35
La marca	6	Construcción	36
Simbología	7	Arquitectura de marca	42
Configuraciones	8	Subemisores	43
Construcción de elementos	9	Aplicaciones básicas - Papelería	46
Construcción de la marca	12	Papel de carta - Institucional	47
Centrado	13	Papel de carta - Subemisor 1 línea	48
Cuadrícula compositiva	14	Papel de carta - Subemisor varias líneas	49
Área de reserva	16	Papel de carta - Segunda hoja	50
Versión reducida	17	Hoja de factura	51
Tamaño mínimo	19	Sobre americano	52
Convivencia	20	Sobre Din C7	53
Versiones	21	Portada carpeta	54
Iconos para RRSS	24	Tarjeta comercial	55
Usos cromáticos	25	Firma electrónica	56
Usos incorrectos	27	Merchandaising	57
Tipografía corporativa	29	Señalética	75
Colores corporativos	31		
Color	32		
Paleta cromática secundaria	33		
Colimetría	34		



Elementos básicos

Elementos básicos

Los elementos básicos de una identidad son aquellos que deben estar presentes en las aplicaciones más institucionales. Estos son la marca, el color y la tipografía.

Marca



Color



Pantone 130 U
#fb2a2d
RGB: 251-154-45
CMYK: 0-48-85-0

Tipografía

Tipografía Nunito
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Logotipo



Símbolo





La Marca

Construcción de elementos

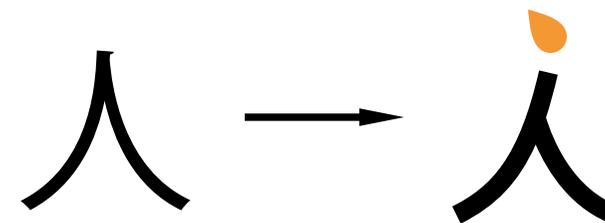
Simbología

Como se puede comprobar, la marca está compuesta por un símbolo y un logotipo. Ambos poseen, a su vez, una serie de significados:

El logotipo encierra un juego de palabras entre *Cosplay*, actividad a la que se dedica la empresa, y *Place*, término para *lugar* en inglés. Al mismo tiempo, la línea que lo acompaña no solo actúa como elemento separador entre ambos componentes, sino que también recuerda a la representación de un pasillo o calle.



El símbolo parte del *kanji* japonés *Hito* o *Jin*, que significa persona. Para terminar de transmitir este valor, se ha añadido una forma geométrica, simulando una cabeza, y dotándole a su vez de dirección.

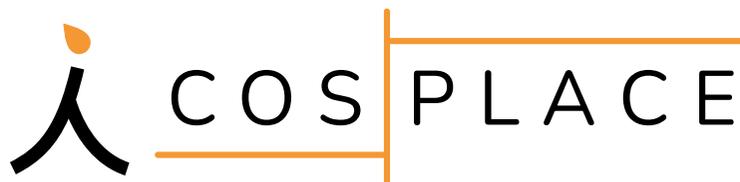


Configuraciones

La marca se utilizará preferentemente en su configuración principal, aquella que crea alrededor del eje horizontal.

Solo en aquellos casos en los que no sea posible por el espacio disponible o porque el diseño de la aplicación lo justifique, se podrán utilizar la configuración secundaria vertical. La versión reducida será siempre la última de las opciones, reservada a situaciones extremas que cuenten con su debida justificación.

Configuración principal



Configuración secundaria



Configuración reducida



Construcción de elementos - Textos

Tomando como base la tipografía Nunito, se modificó el interletraje de la palabra Cosplace para adecuarla a los valores que quiere transmitir la empresa. Este cambio fue realizado acorde al propio peso visual que genera cada letra en relación con las que le rodean. Además, se reservó un espacio dónde se situaría la línea que contiene la marca.

Texto sin modificar

COSPLACE

Texto modificado

Tracking de COS: 275pt
Tracking de PLACE: 300pt

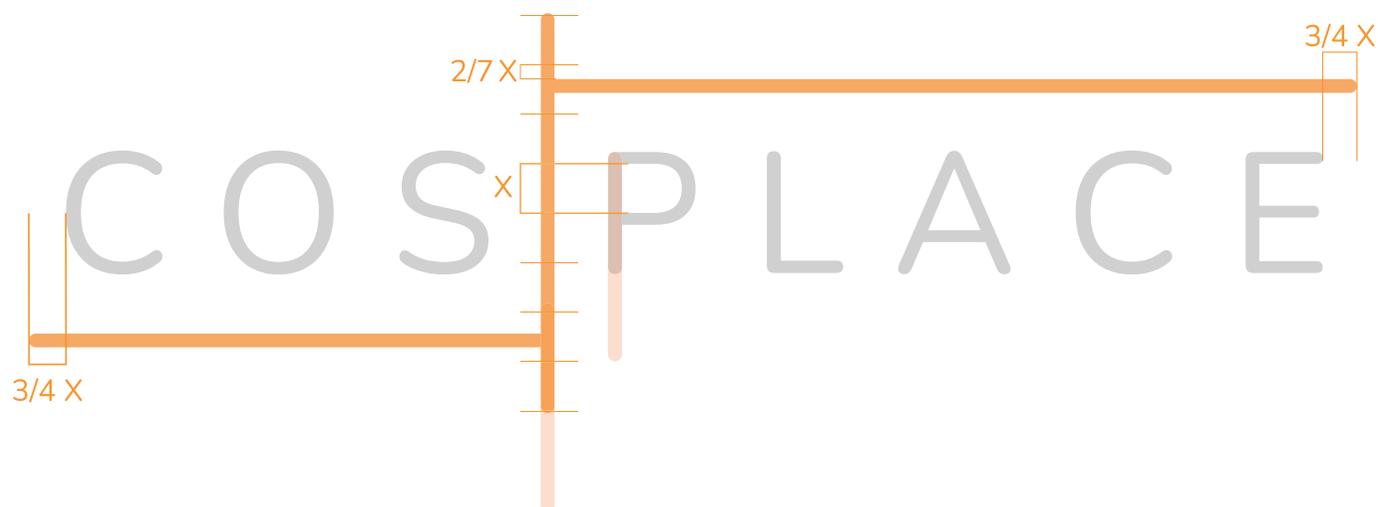
C O S P L A C E

Superposición

COSPLACE

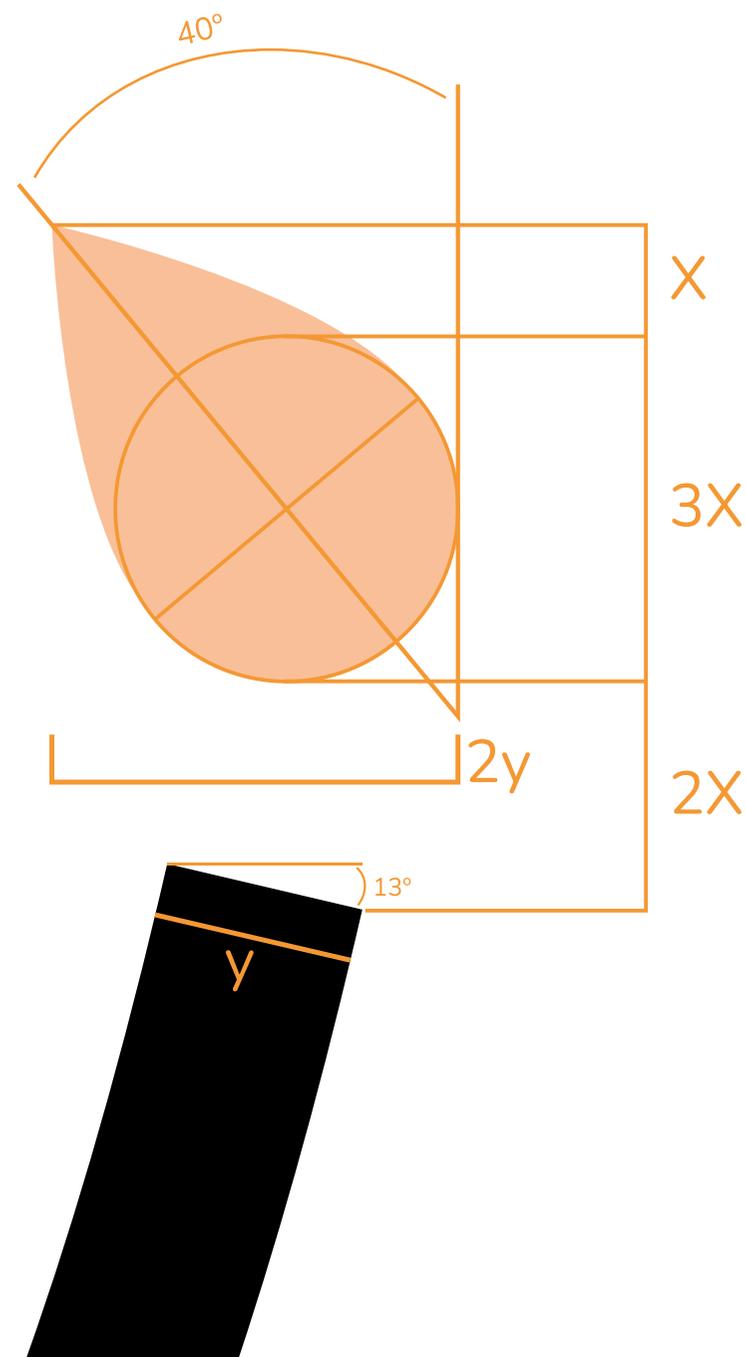
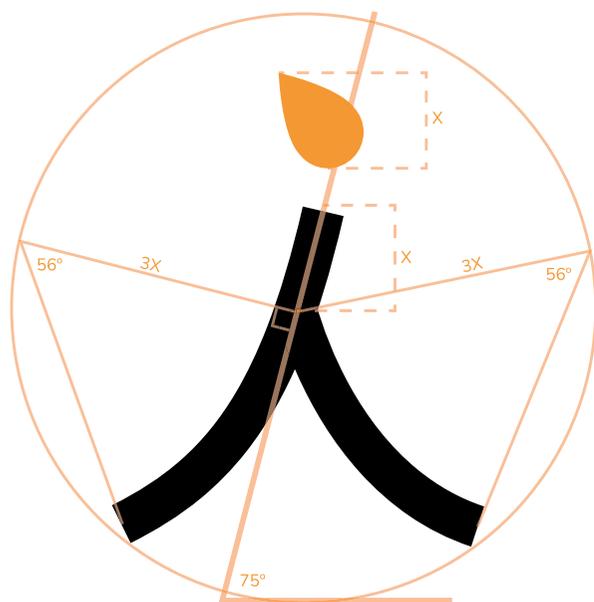
Construcción de elementos - Línea

A la hora de construir la línea divisoria se tomó la altura de la contraforma de la letra P como unidad de medida, teniendo como centro de origen la mitad de la palabra. Para el grosor, se empleó el mismo que dispone la tipografía en su variante regular. Las bandas horizontales fueron establecidas buscando una separación óptima en relación a la que se había dejado entre las propias letras.



Construcción de elementos - Símbolo

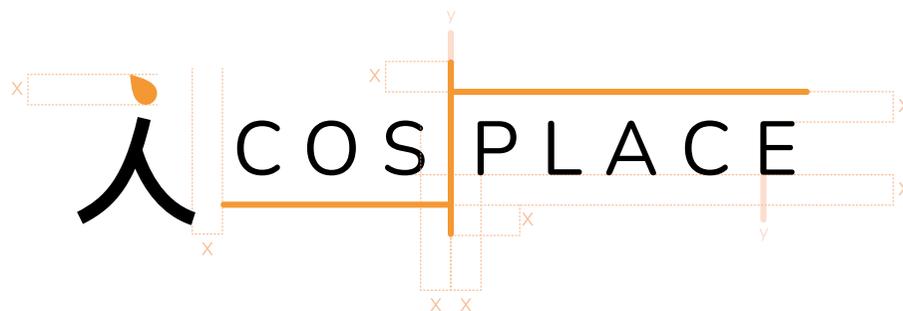
Gracias a una forma geométrica en forma de gota se terminó de dotar visualmente el significado de persona al *kanji* japonés *Hito* o *Jin*. Además, gracias a la inclinación, se atribuyó de dirección y movimiento. En el lateral se puede apreciar la relación de magnitudes que concierne el símbolo.



Construcción de la marca

Como se puede comprobar, es la suma de estos tres elementos desarrollados anteriormente da como resultado la propia marca. A pesar de que siempre se deberán de emplear los archivos proporcionados por la compañía, la construcción de la propia marca se explica aquí, en su versión principal y secundaria, para su mejor comprensión y para posibles necesidades de aplicación en gran formato.

Construcción de la versión principal



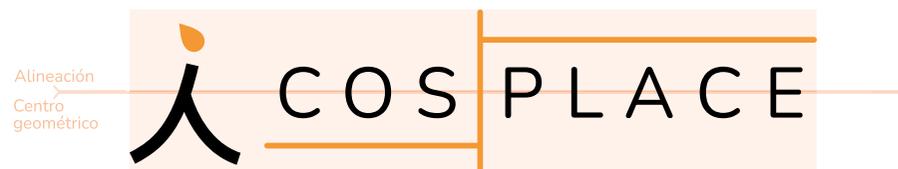
Construcción de la versión secundaria



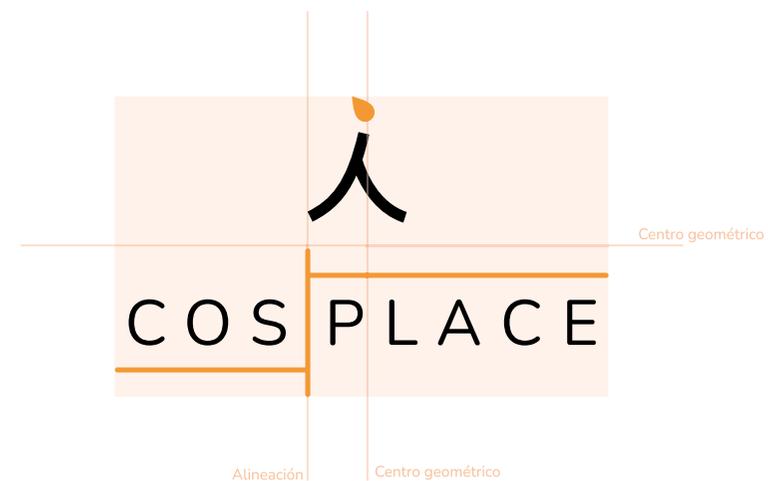
Centrado

La marca en general goza de un equilibrio bastante adecuado en su versión principal, requiriendo tan solo un ajuste realmente mínimo. Sin embargo, en su versión secundaria es necesario prestar atención a su alineación. Debido a la morfología de los elementos, es necesario que el símbolo sea desplazado a la izquierda para garantizar su correspondiente equilibrio visual.

Alineación de la versión principal



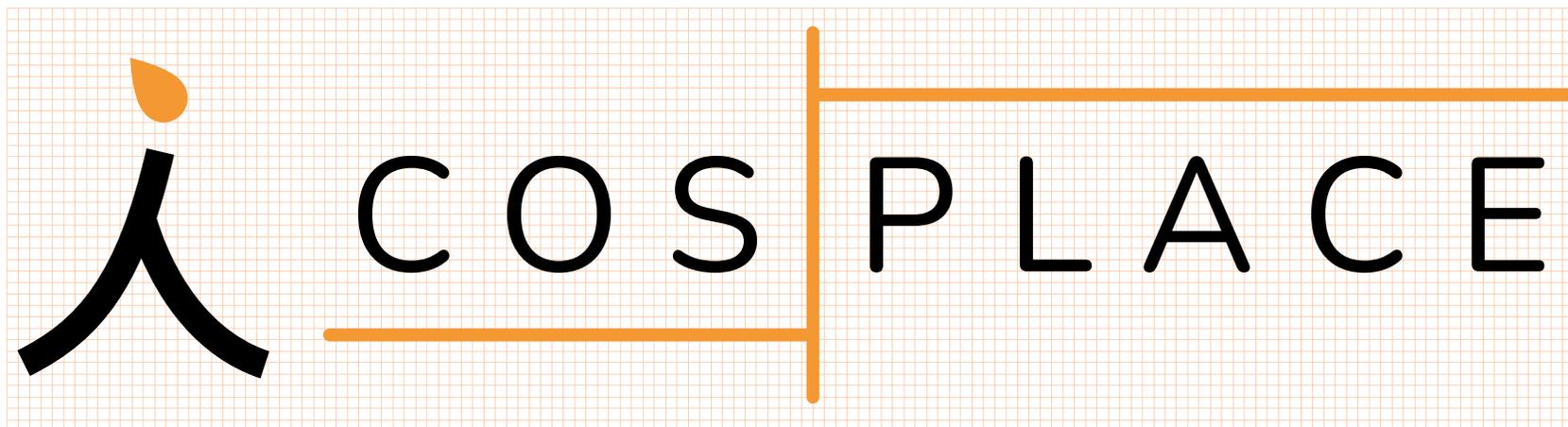
Alineación de la versión secundaria



Cuadrícula compositiva

Para facilitar el entendimiento de cómo se construye la marca, y asegurar la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medida, la misma imagen ha sido inscrita sobre una superficie modular proporcional al valor de X. Esta unidad parte del grosor del trazo vertical de las letras o de la misma línea que componen el logotipo.

Cuadrícula compositiva de la versión principal



Cuadrícula compositiva

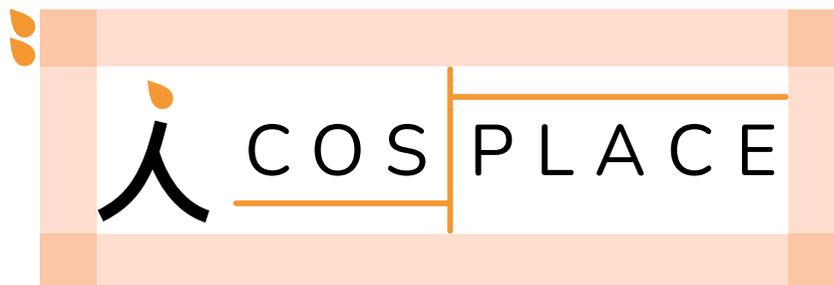
Cuadrícula compositiva de la versión secundaria



Área de reserva

Partiendo del doble de la altura de la figura geométrica en forma del gota del símbolo, se ha establecido una área de protección o reserva al conjunto visual identificador. La finalidad de esta es evitar que otros elementos gráficos interfieren en la percepción de y lectura de la marca. Por lo tanto, cualquier otro elemento deberá abstenerse de colocarse en la zona delimitada.

Área de reserva de la versión principal



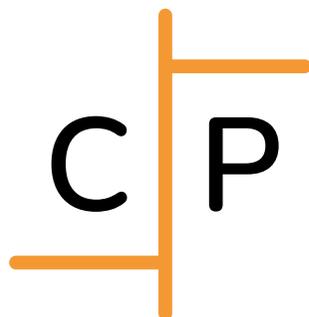
Área de reserva de la versión secundaria



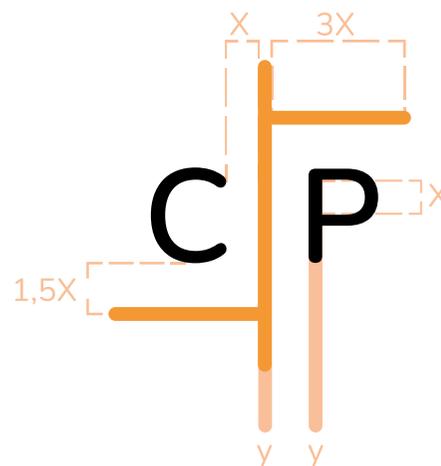
Versión reducida

Como se ha indicado al principio, la versión reducida está restringida a aquellos casos realmente extremos y con su debida justificación. Por lo que preferentemente se emplearán las versiones ya mencionadas; sin embargo, se ha recogido su construcción, retícula compositiva, centrado y área de reserva para ayudar a su entendimiento y posible aplicación. Para el desarrollo de estos parámetros se ha seguido el mismo procedimiento que con las versiones ampliadas.

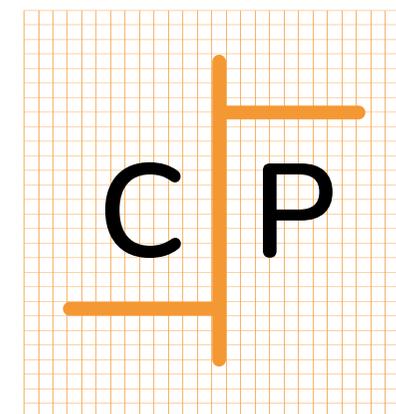
Versión reducida



Construcción de la versión reducida



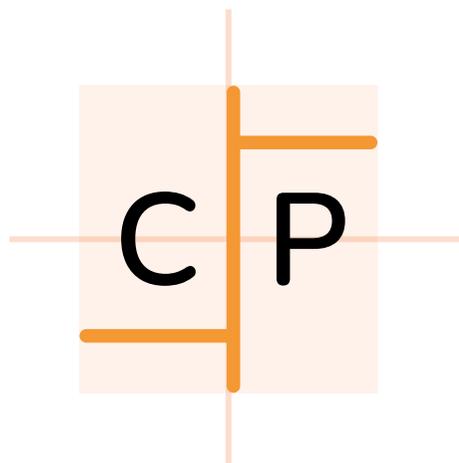
Retícula de la versión reducida



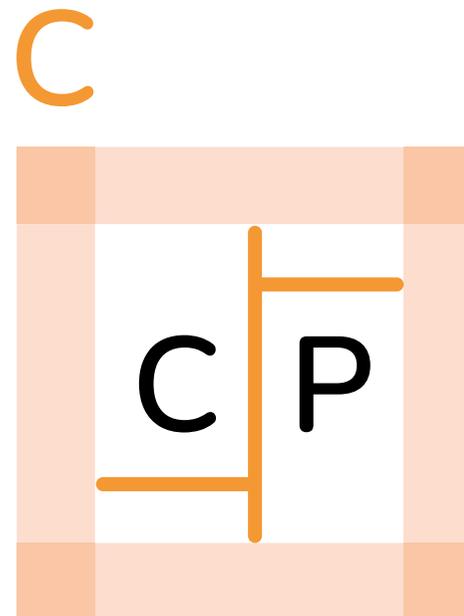
Versión reducida

Como se ha indicado al principio, la versión reducida está restringida a aquellos casos realmente extremos y con su debida justificación. Por lo que preferentemente se emplearán las versiones ya mencionadas; sin embargo, se ha recogido su construcción, retícula compositiva, centrado y área de reserva para ayudar a su entendimiento y posible aplicación. Para el desarrollo de estos parámetros se ha seguido el mismo procedimiento que con las versiones ampliadas.

Centrado de la versión reducida



Área de reserva de la versión reducida



Tamaño mínimo

Se establecen unas medidas mínimas para asegurar una buena lectura de la marca, aunque a estos tamaños la marca sigue disponiendo de legibilidad, se recomienda no llegar a tales extremos. Para hacer un buen uso en aplicaciones de gran formato, no es necesario un tamaño excesivo. Al contrario, se recomienda dejar un espacio amplio alrededor de la misma.

Tamaño mínimo versión principal



7 mm |  COS PLACE | 65px

Tamaño mínimo versión secundaria



15 mm |  COS PLACE | 130 px

Tamaño mínimo versión reducida



5 mm |  P | 55 px

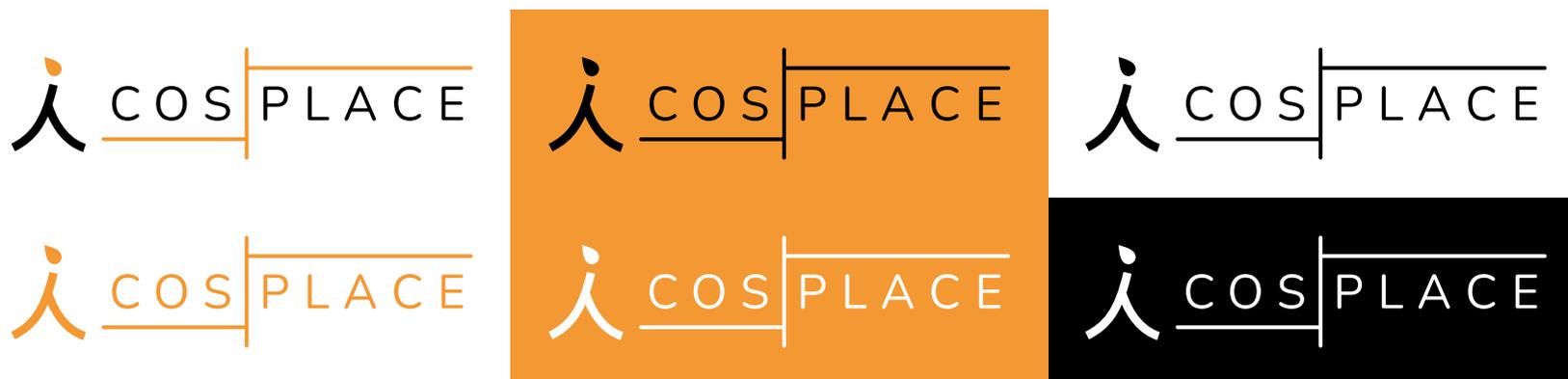
Convivencia

Cuando nuestra marca conviva con otras marcas, utilizaremos una medida mínima que asegure el orden y la buena distribución de las mismas. Esta distancia viene dada por el ancho del símbolo que posee la marca como se puede apreciar en los ejemplos.



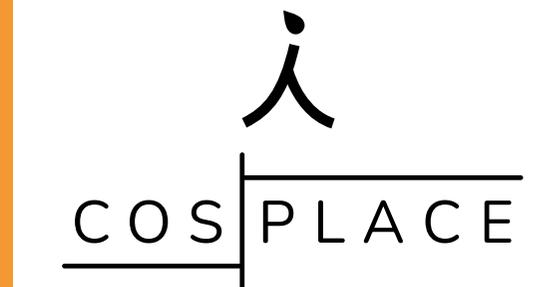
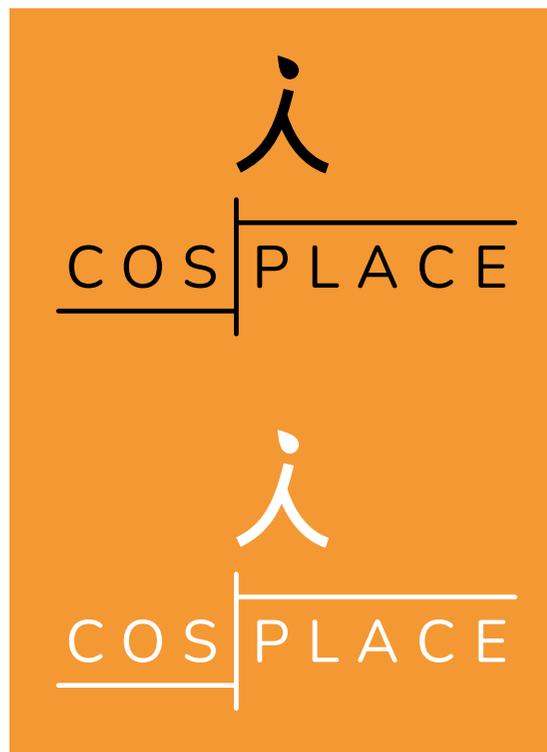
Versiones

La marca se aplicará en sus colores corporativos siempre que sea posible, como también se puede emplear su versión a una tinta o en blanco o negro sobre fondo de color. Las versiones en blanco y negro se utilizarán para aquellas aplicaciones donde el uso del color no sea posible o totalmente necesarias.



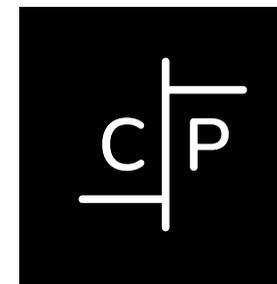
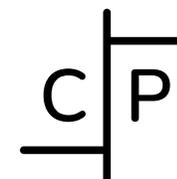
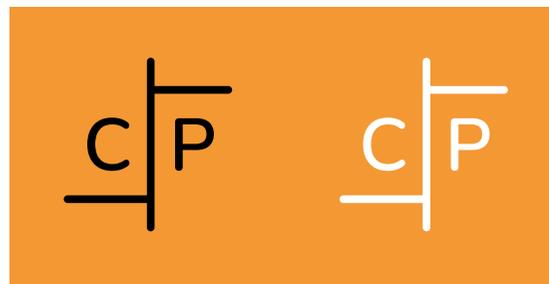
Versiones

La marca se aplicará en sus colores corporativos siempre que sea posible, como también se puede emplear su versión a una tinta o en blanco o negro sobre fondo de color. Las versiones en blanco y negro se utilizarán para aquellas aplicaciones donde el uso del color no sea posible o totalmente necesarias.



Versiones

La marca se aplicará en sus colores corporativos siempre que sea posible, como también se puede emplear su versión a una tinta o en blanco o negro sobre fondo de color. Las versiones en blanco y negro se utilizarán para aquellas aplicaciones donde el uso del color no sea posible o totalmente necesarias.



Versiones de iconos para RRSS

Debido a la importancia actualmente de las distintas redes sociales, se han definido una serie de versiones de iconos para estas, tanto en formato redondo como cuadrado. Asimismo, se han creado una serie de iconos secundarios que se podrán usar bajo una debida justificación. No obstante, se permite la modificación de los colores para su adecuación a ciertos días o momentos del año, como los que se pueden apreciar en el lateral, que podrían servir para el 8M o el día del Orgullo.



Versiones secundarias para RRSS



Usos cromáticos



Usos cromáticos

3. Fondos de imagen, tanto natural como con color corporativo. Importante volver a recalcar la correcta legibilidad. Si no fuera posible, se puede incluir un fondo de color sólido con transparencia que ayude a la lectura, como se indica en el lateral.
4. Colores no corporativos



Foto de cottonbro en Pexels



Foto de Quốc Bảo en Pexels



Foto de cottonbro en Pexels



Foto de cottonbro en Pexels



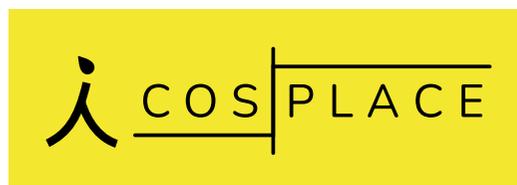
Foto de Quốc Bảo en Pexels



Foto de cottonbro en Pexels



Foto de Quốc Bảo en Pexels



Usos incorrectos

NO está permitido cualquier uso que no respete las normas establecidas en este Manual. Para mayor claridad, se ilustran una serie de ejemplos que puedan prevenir posibles errores comunes.

Modificaciones en la marca



Cambios en la tipografía



Cambios en el color



Rotaciones



Deformaciones



Efectos (sombras, 3D, etc)



Usos incorrectos

NO está permitido cualquier uso que no respete las normas establecidas en este Manual. Para mayor claridad, se ilustran una serie de ejemplos que puedan prevenir posibles errores comunes.

Baja calidad



Mala legibilidad sobre fondos



Alteraciones en la línea base



Alteración del color corporativo



Degradados





Tipografía corporativa

Tipografía

Nunito es la tipografía corporativa para comunicaciones corporativas y oficiales de Cosplace. Es una tipografía sans serif con sus remates redondeados, transmite un carácter desenfadado, alegre y social, principios con los que se pretende dar a conocer la empresa. Se ha elegido una tipografía Open Font License para facilitar su accesibilidad e implementación en los distintos dispositivos. Si bien la fuente posee una gran variedad de pesos, para un uso identificativo los principales serán Semibold y Light. Regular y Extrabold también se utilizarán como corporativas.

Además, se puede completar con la Nunito Sans, la cual cuenta con las mismas características, siendo la mayor diferencia su remate recto.

Familia tipográfica Nunito completa

Nunito Extralight	<i>Nunito Extralight</i>
Nunito Light	<i>Nunito Light</i>
Nunito Regular	<i>Nunito Regular</i>
Nunito Semibold	<i>Nunito Semibold</i>
Nunito Bold	<i>Nunito Bold</i>
Nunito Extrabold	<i>Nunito Extrabold</i>
Nunito Black	<i>Nunito Black</i>

Pesos tipográficos corporativos

Nunito Semibold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 .,:-()/&!;?'"@#%'*

Nunito Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 .,:-()/&!;?'"@#%'*

Nunito Regular
Nunito Extrabold



Colores corporativos

Color

El color es un elemento fundamental de la identidad de Cosplace y la estrategia de color se usará de manera intensiva y consistente. Como color corporativo se ha escogido el Pantone 130 U, un tono naranja que refuerza el carácter dinámico, alegre y social con el que se presenta la compañía. Complementándolo, se encuentran los dos colores acromáticos negro y blanco. A la hora de transmitir la información, se recomienda seguir la escala de uso que se encuentra en el lateral, en la que un color actúa como fondo, mientras que el otro es el que termina de transmitir la información.

Color corporativo



Pantone 130 U
#fb2a2d
RGB: 251-154-45
CMYK: 0-48-85-0

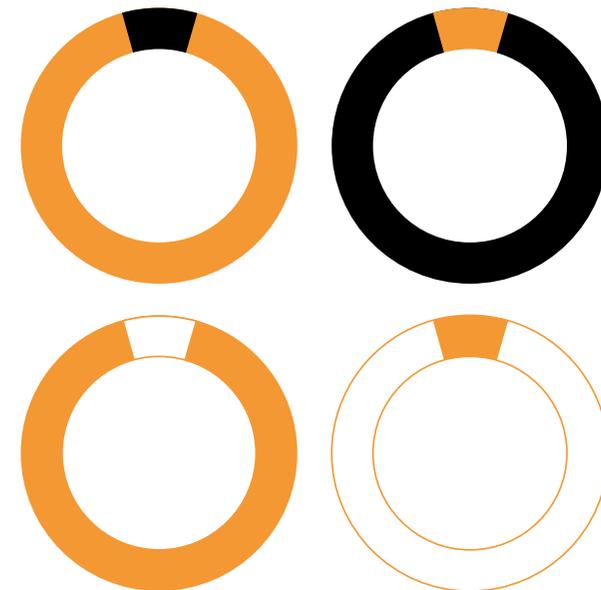
Color complementario



Negro
#000000
RGB: 0-0-0
CMYK: 0-0-0-100

Blanco
#ffffff
RGB: 256-256-256
CMYK: 0-0-0-0

Escala de uso



Paleta cromática secundaria

Además del color corporativo principal, se ha establecido una paleta cromática secundaria. Una variada gama ha sido seleccionada con la intención de aportar diversidad a los distintos identificativos de marca. Asimismo, a pesar de ser colores con mucha energía, son más suave que el principal, logrando que este destaque en los usos conjuntos.

Pantone 1788 U
#eb5f64
RGB: 235-95-100
CMYK: 0-75-51-0



Pantone 1485 U
#f5a364
RGB: 245-163-100
CMYK: 0-44-64-0



Pantone 1215 U
#ffd99e
RGB: 255-217-126
CMYK: 0-16-59-0



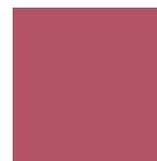
Pantone 373 U
#b7d273
RGB: 183-210-115
CMYK: 36-0-67-0



Pantone 7458 U
#62a4c0
RGB: 98-164-192
CMYK: 63-21-18-0



Pantone 1945 U
#b35366
RGB: 179-83-192
CMYK: 24-75-42-13



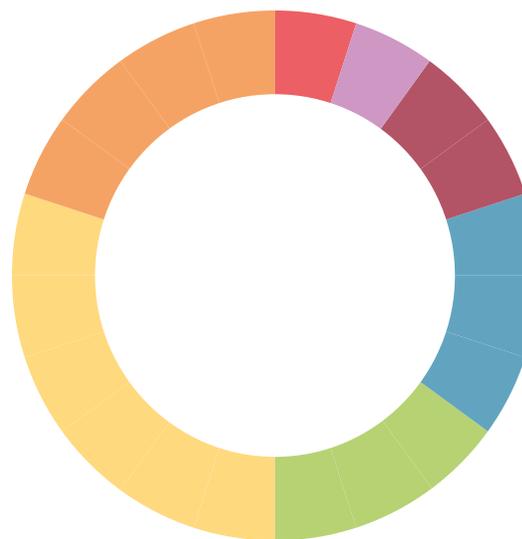
Pantone 251 U
#cf97c4
RGB: 207-151-196
CMYK: 20-49-0-0



Colimetría

La colimetría empleada para la identidad puede variar según el desarrollo creativo. Sin embargo, aconsejamos seguir el guión de porcentajes que se presenta a continuación.

-  Pantone 1788 U = 5%
-  Pantone 1485 U = 20%
-  Pantone 1215 U = 30%
-  Pantone 373 U = 15%
-  Pantone 7458 U = 15%
-  Pantone 1945 U = 10%
-  Pantone 251 U = 5%





Patrones

Construcción

Debido al bajo nivel de recomendación de realizar patrones partiendo de la propia marca, se ha llevado a cabo la realización de un motivo que se presta enormemente a su repetición. Partiendo de la escritura en *kanji* de *kosupure*, cosplay en japonés, se ha condensado y engorado su trazos, para posteriormente empelar su versión en negativo. Esta forma genera un tramado que recuerda a un mapa o espacios, reiterando de esta forma la idea de *lugar*.

Término *kosupure*

コスプレ
スレ

Condensación de los caracteres

→

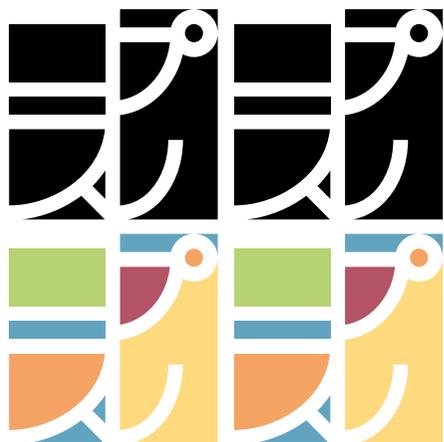
Motivo

→

Rejilla compositiva

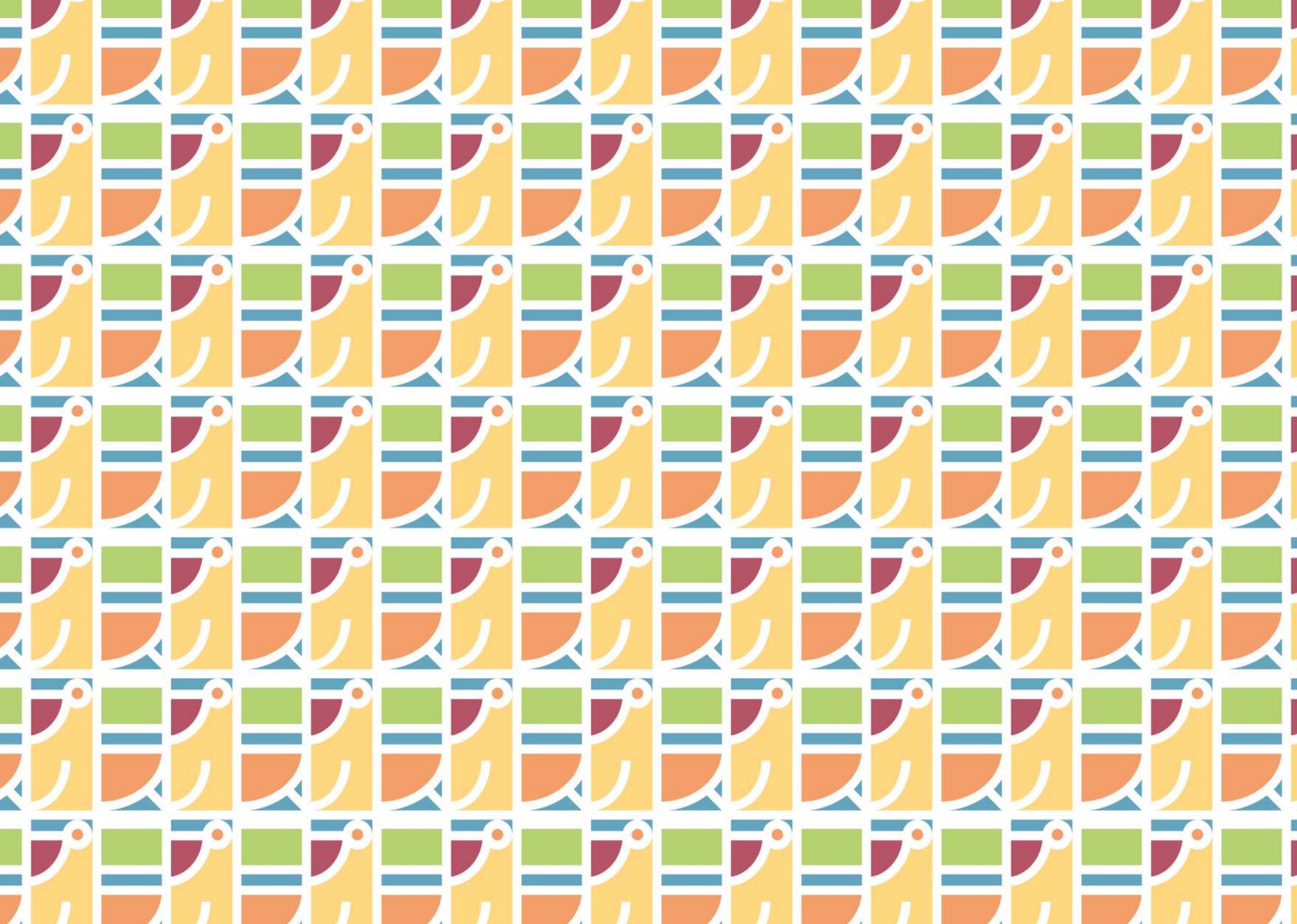
Una vez realizado el motivo central, este presenta cierta versatilidad a la hora de su disposición estética, como se puede apreciar en esta página, así como en las siguientes.

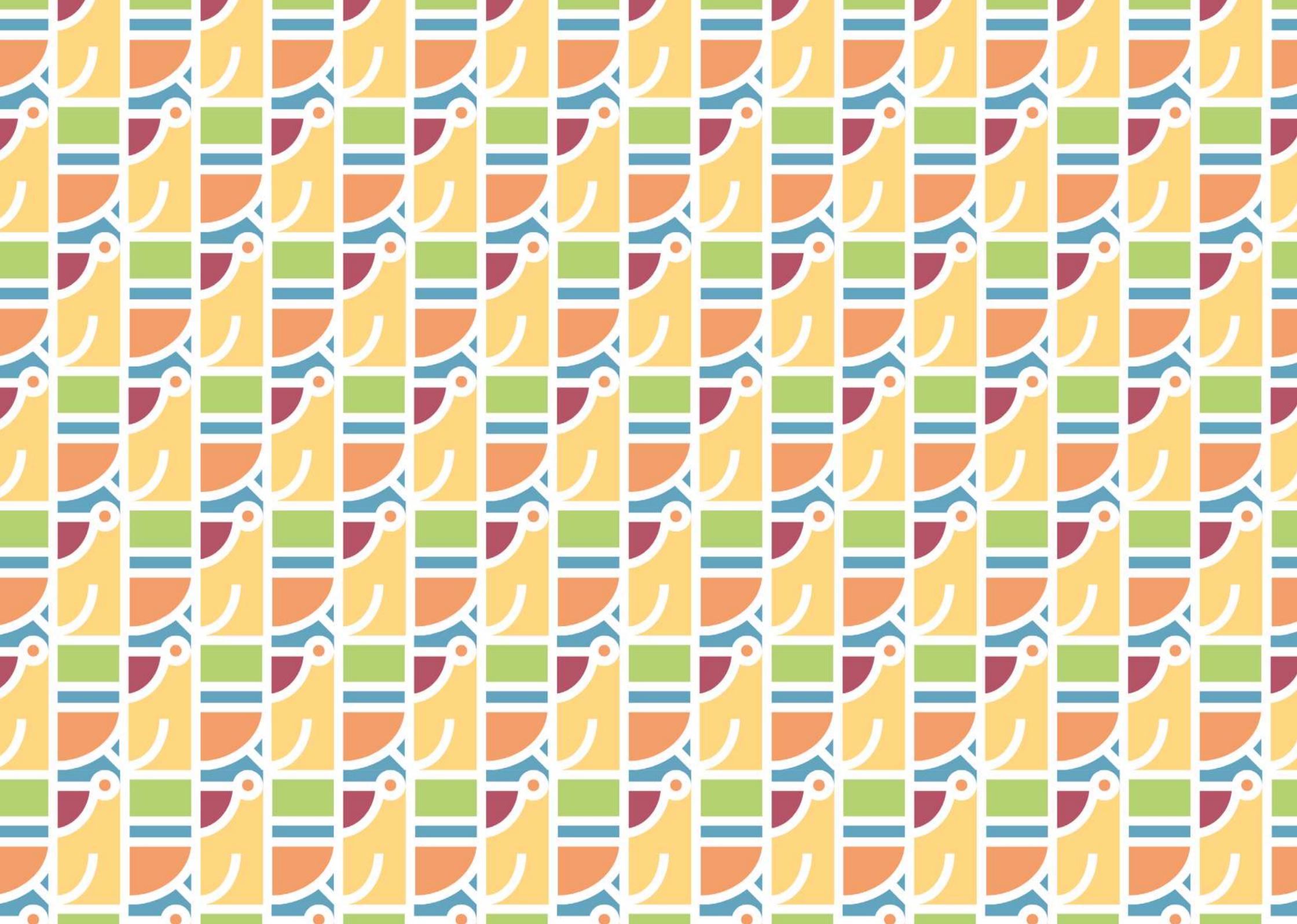
Repetición



Repetición desplazada

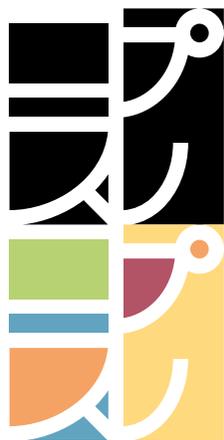






Al mismo tiempo, también se puede emplear para cubrir franjas, como se puede apreciar en el lateral, en vez de áreas completas modificando ligeramente la aplicación de los distintos colores.

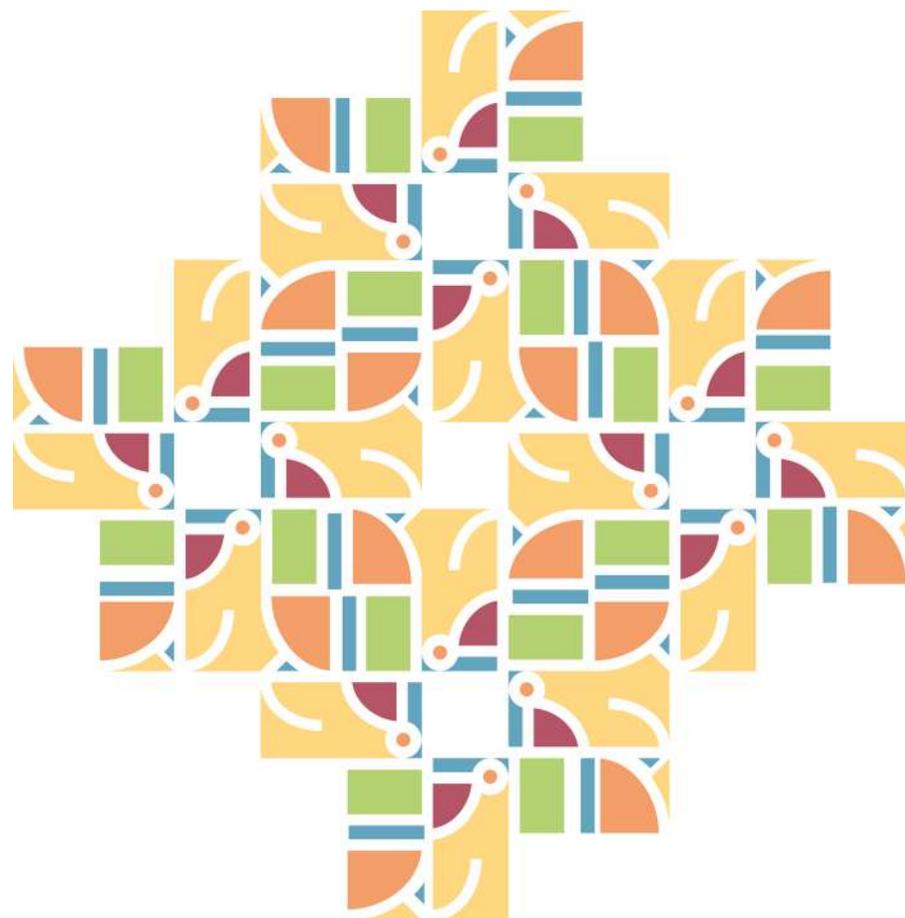
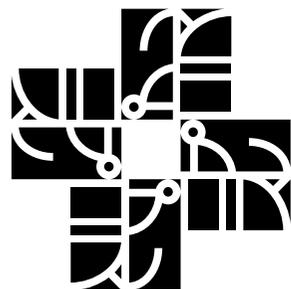
Repetición



Giro y repetición



Por último, a través del giro se ha podido lograr la realización de un patrón radial, aportando dinamismo en sus aplicaciones.





Arquitectura de marca

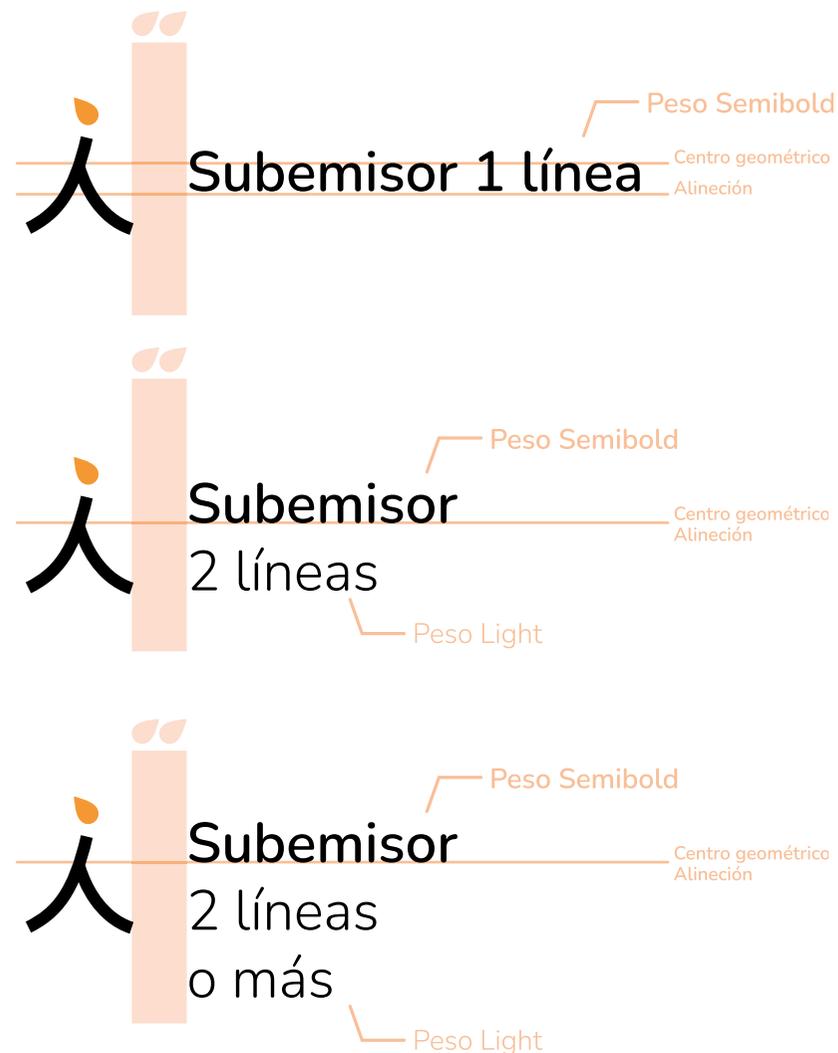
Subemisores

A la hora de transmitir información a través de un subemisor de la compañía se hará empleando la tipografía corporativa acompañado del símbolo con un espacio de separación como se indica en los ejemplos. Solo en aquellos caso que el subemisor ocupe una sola línea de texto, la alineación de la línea base deberá ser relativamente más baja que el centro geométrico del conjunto para disponer de un equilibrio óptico.

A partir de las dos líneas de texto, la alineación de la primera línea podrá coincidir con el centro geométrico. Además, se empleará una jerarquía de lectura a través de los pesos tipográficos semibold, para la primera línea, y light, para las siguientes. En el caso de subemisores con nombres largos el crecimiento de líneas de texto es hacia abajo.

Además, es importante destacar que el número máximo de caracteres por línea no debe exceder los 30/32 caracteres. Siempre sin dividir palabras del nombre.

Por último, el cálculo del área de reserva es idéntico al de la marca principal, tal y como se describe en este Manual, ya que, de hecho, el subemisor funciona como tal.



Subemisores

En los casos en los que hay un subemisor, se utiliza solo la firma de ese subemisor. NO se permite la coexistencia de la firma de Cosplace con la de subemisores en una misma comunicación.

En los casos en los que varios subemisores coinciden en una firma, se sustituye siempre por la firma Cosplace. NO se permite la coexistencia de dos o más subemisores en una misma comunicación.

Incorrecto



Incorrecto



Correcto



Correcto





Aplicaciones básicas

Papelería

Papel de carta

Institucional
Din A4 (210 x 297mm)

Especificaciones de impresión: 2/0
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito Light: 9 pt. *
Interlineado: 10 pt. *
* Sugerido como norma general

2. Nunito Light: 7 pt.
Interlineado: 10 pt.

3. Nunito SemiBold: 7 pt.

16	49	30
16		
44	<p>1. Texto Nunito Regular 9(10). Justificado izquierda. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.</p> <p>Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.</p> <p>Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.</p> <p>Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.</p> <p>Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.</p> <p>Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.</p> <p>Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábeta, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.</p> <p>Saludos cordiales</p> <p>Nombre</p> <p>2. Calle Viana, 34 38201 La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España 922 80 80 80 3. Cosplace.es</p>	
17	30	

Papel de carta

Subemisor de 1 línea
Din A4 (210 x 297mm)

Especificaciones de impresión: 2/0
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito Light: 9 pt. *
Interlineado: 10 pt. *
* Sugerido como norma general

2. Nunito Light: 7 pt.
Interlineado: 10 pt.

3. Nunito SemiBold: 7 pt.

16	16	30
16	44	30
17	30	

 Subemisor 1 línea

1. Texto Nunito Regular 9(10). Justificado izquierda. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Saludos cordiales

Nombre

2. Calle Viana, 34
38201 La Laguna,
Santa Cruz de Tenerife, España
922 80 80 80

3. Cosplace.es

Papel de carta

Subemisor de 2 o más líneas
Din A4 (210 x 297mm)

Especificaciones de impresión: 2/0
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito Light: 9 pt. *
Interlineado: 10 pt. *
* Sugerido como norma general

2. Nunito Light: 7 pt.
Interlineado: 10 pt.

3. Nunito SemiBold: 7 pt.

16	16	30
16	44	30
17	30	

Subemisor
2 líneas
o más

1. Texto Nunito Regular 9(10). Justificado izquierda. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndote don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Saludos cordiales

Nombre

2. Calle Viana, 34
38201 La Laguna,
Santa Cruz de Tenerife, España
922 80 80 80
Cosplace.es

3.

Papel de carta

Segunda hoja
Din A4 (210 x 297mm)

Especificaciones de impresión: 1/0
1 tinta PANTONE 130 U.

1. Nunito SemiBold: 7 pt.
Interletrado: 5 pt.



Hoja de factura

Din A4 (210 x 297mm)

Especificaciones de impresión: 2/0
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito Regular: 9 pt. *
Interlineado: 10 pt. *
* Sugerido como norma general

2. Nunito SemiBold: 7 pt.
Interlineado: 10 pt.

16	49	125																
16																		
44	1. NIF: Pág: 1/1																	
32	<table border="1"> <tr> <td>Factura</td> <td>Fecha</td> <td>Cliente</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Factura</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Observaciones</td> <td colspan="3"></td> </tr> </table>		Factura	Fecha	Cliente		Factura				Observaciones							
Factura	Fecha	Cliente																
Factura																		
Observaciones																		
184	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Concepto</th> <th>Ref.</th> <th>IGIC</th> <th>Importe</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Total BASE</td> <td>IMPONIBLE</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Concepto	Ref.	IGIC	Importe	Total BASE		IMPONIBLE									
Concepto	Ref.	IGIC	Importe															
Total BASE		IMPONIBLE																
17	<table border="1"> <tr> <td>Forma de pago</td> <td>Importe</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Base</td> <td>Tipo</td> <td>Cuota</td> </tr> <tr> <td></td> <td>IGIC</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Forma de pago	Importe								Base	Tipo	Cuota		IGIC		
Forma de pago	Importe																	
	Base	Tipo	Cuota															
	IGIC																	
30	2. Calle Viana, 34 - 38201 La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España - 922 80 80 80 Cosplace.es																	

Sobre americano

Institucional
220 x 110 mm

Especificaciones de impresión:
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito Light y SemiBold: 8 pt.
Interlineado: 9 pt.



Sobre Din C7

81 x 114 mm

Especificaciones de impresión:
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito Light y SemiBold: 8 pt.
Interlineado: 9 pt.

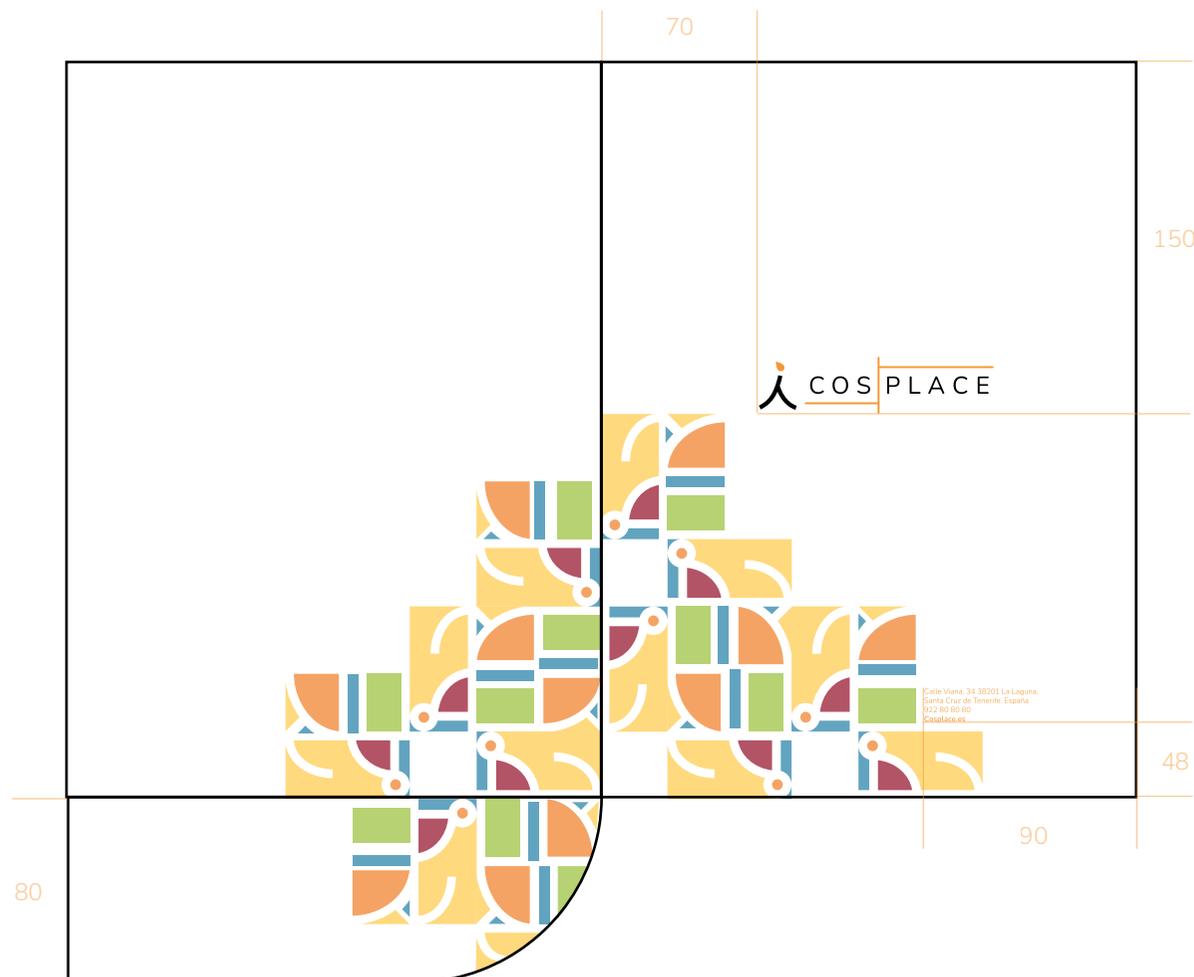


Portada carpeta interna

Institucional
460 x 313 mm
Solapa: 230 x 80 mm

Especificaciones de impresión: 4/0

1. Nunito Light y SemiBold: 9 pt.
Interlineado: 11 pt.



Tarjeta comercial

Institucional
85 x 55 (medidas en mm)

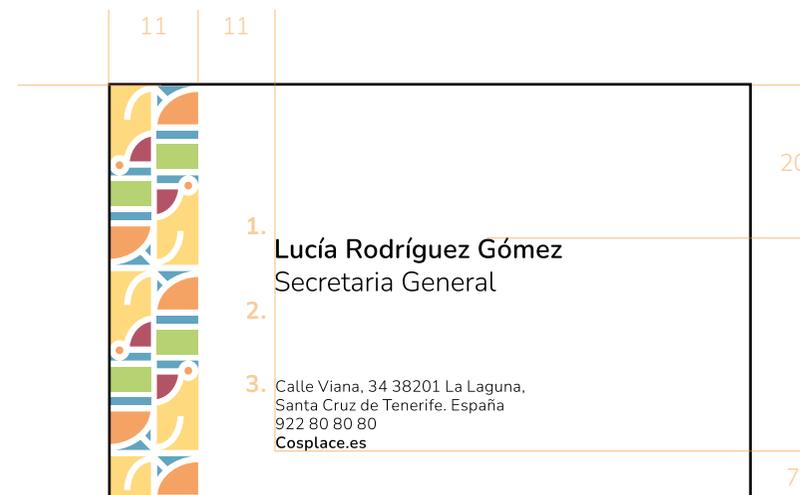
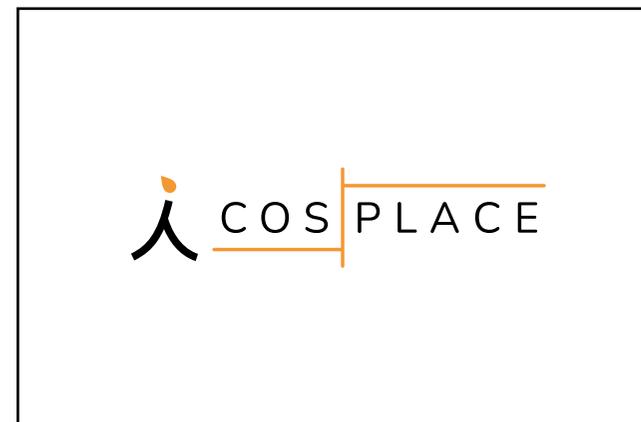
Especificaciones de impresión:
1 tinta PANTONE 130 U.
1 tinta negra.

1. Nunito SemiBold: 10 pt.
Interlineado: 12 pt.

2. Nunito Light: 10 pt.
Interlineado: 12 pt.

3. Nunito Light y Semibold: 6 pt.
Interlineado: 7 pt.

Logotipo centrado



Firma electrónica

1. Sans Serif/Arial Bold: 10 pt.
Color: #1d1d1b

2. Sans Serif/Arial Regular: 10 pt.
Color: #1d1d1b

3. Sans Serif/Arial Bold: 10 pt.
Color: #f49833

4. Sans Serif/Arial Regular: 10 pt.
Color: #f49833

5. Sans Serif/Arial Bold: 10 pt.
Color: #f49833

6. Sans Serif/Arial Regular e Italic: 6 pt.
Color: #9d9d9c

1. **Nombre Apellido Apellido**
2. **Cargo**



3. **Entidad subemisor
de 2 líneas o más**
4. Calle Viana, 34
38201 La Laguna,
Santa Cruz de Tenerife. España
- 922 80 80 80
5. **cosplace.es**
6. Por favor, ten en cuenta el medio ambiente antes de imprimir este e-mail.
Please, keep in mind the environment before printing this e-mail.

1. **Nombre Apellido Apellido**
2. **Cargo**

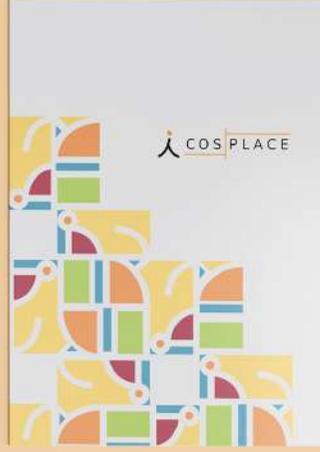


4. Calle Viana, 34
38201 La Laguna,
Santa Cruz de Tenerife. España
- 922 80 80 80
5. **cosplace.es**
6. Por favor, ten en cuenta el medio ambiente antes de imprimir este e-mail.
Please, keep in mind the environment before printing this e-mail.



Merchandaising

Carpetas para eventos



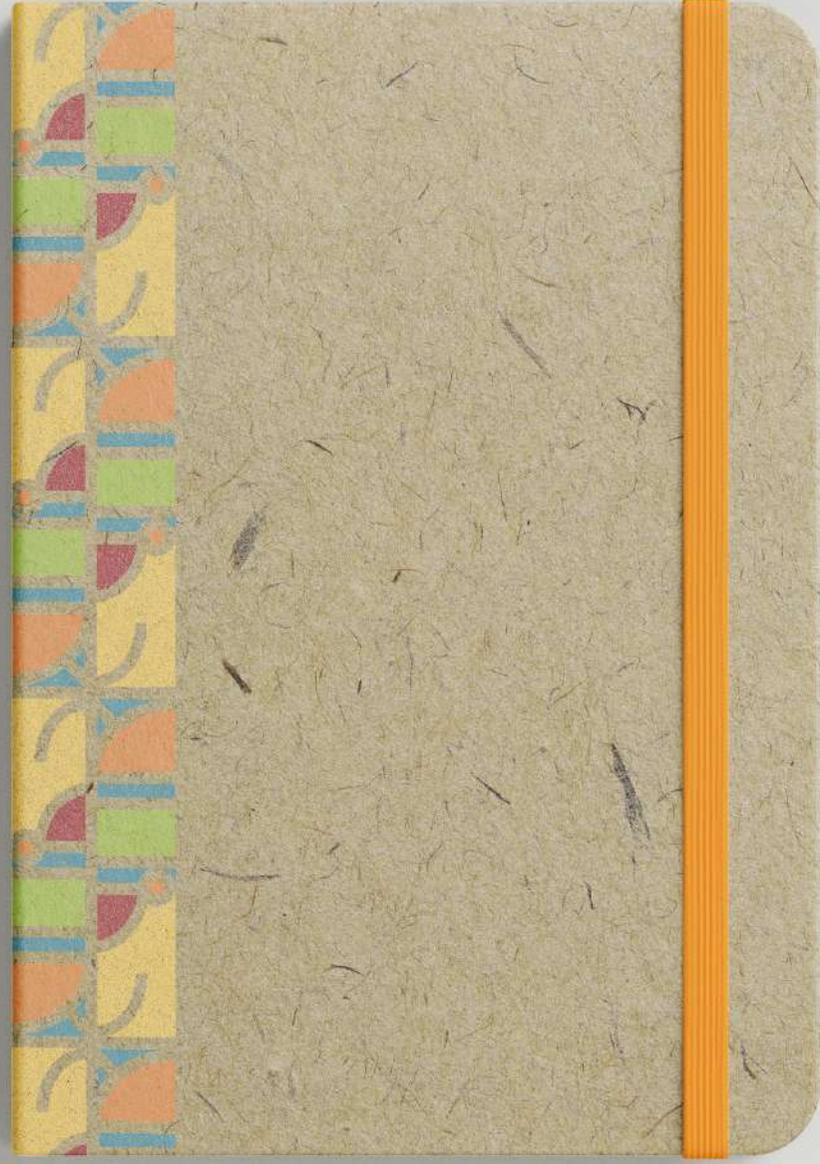
Bolsas de papel





Bolígrafos

Libretas





Cajas

Papel comercial

i COS|PLACE

Papel comercial

 COS|PLACE

Pegatinas





Pins

Cuerda





Camisetas

Delantal



Estuche de maquillaje



Bolsa de tela





Uniforme



Coche



Furgoneta



Señalética

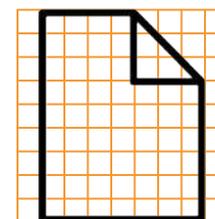
Señalética

Partiendo de la misma retícula compositiva de la marca, se ha conseguido desarrollar un gran sistema gráfico para componer el propio sistema de señalización. De trazado simple, este es capaz de abarcar desde cuestiones o espacios generales, como pueden suponer una cafetería; a la indicación de elementos materiales, por ejemplo, lápices.

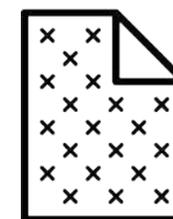
A pesar de que inicialmente se han llevado a cabo un número bastante amplio de elementos, los cuales se pueden encontrar en las páginas siguientes, de cara a su futuro, este universo gráfico permite su expansión.

Asimismo, ciertos iconos, se han configurado ya de por sí de forma bastante maleable, como se puede comprobar en el ejemplo del lateral. El icono de papel es fácilmente adaptado a otros materiales que presenten características similares. En este caso al papel de lija, o incluso a la goma EVA.

Respecto a los soportes que se pueden usar para las indicaciones dentro y fuera del establecimiento, se puede hacer uso de una gran variedad de materiales, siempre y cuando se mantenga uniformidad y tras su vida útil se puedan disponer sin suponer un elevado impacto ecológico.



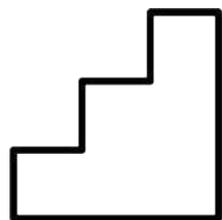
Papel



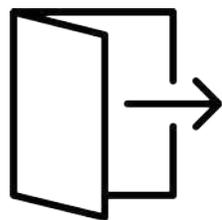
Papel de lija



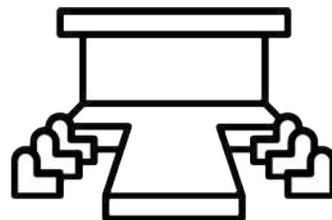
Goma EVA



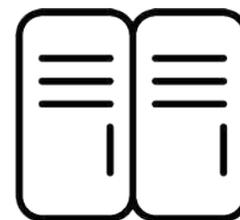
Escaleras



Salida



Pasarela/Eventos



Taquillas



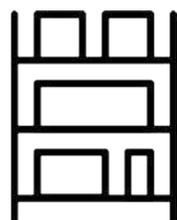
Vestuarios



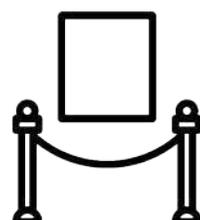
Descanso



Tienda



Almacén



Exposición



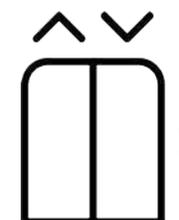
Laboratorio



Estudio
fotográfico



Extintor



Ascensor



Cafetería



Parking



Reciclaje



Papelera



Advertencia



Gafas protectoras



Mascarilla



No tocar



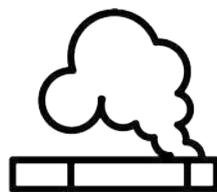
Prohibición



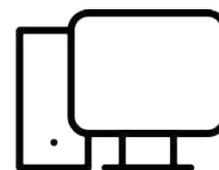
Prohibido fumar



Zona ventilada



Zona fumadores



Ordenadores



Impresora



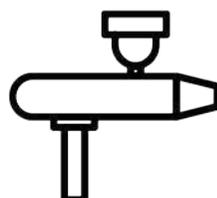
Plotter



Zona de costura



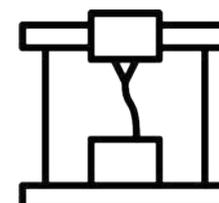
Plancha



Aerografo



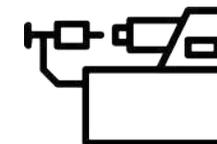
Corte láser



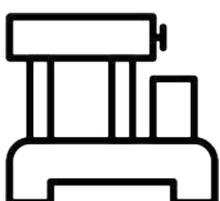
Impresión 3D



Cámara de vacío



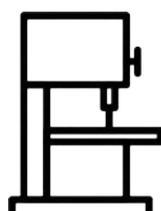
Torno



Formadora
al vacío



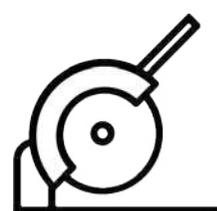
Guillotina



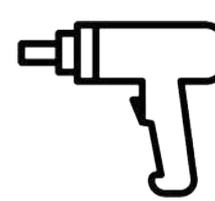
Sierra
de cinta



Perforadora



Radial



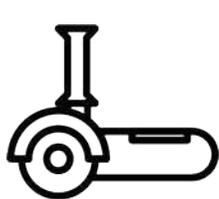
Decapador



Silicona caliente



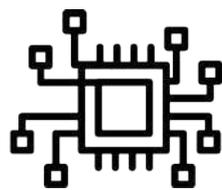
Pistola silicona



Radial de mano



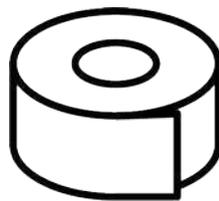
LEDs



Microchips



Cable



Cinta adhesiva



Tubería PVC



Dremel



Pirograbador



Madera



Lápiz



Rotulador



Cutter



Regla



Bisturí



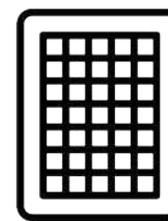
Pincel



Spray



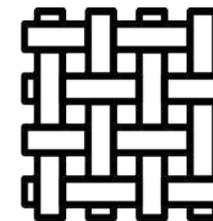
Tijeras



Plancha de corte



Hilo y Aguja



Tela



Velcro



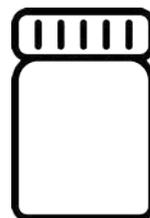
Alicates



Pegamento
Cola blanca



Pegamento
Superglue



Tarro



Bote



Plásticos

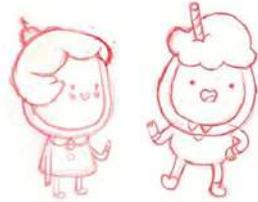


Termómetro

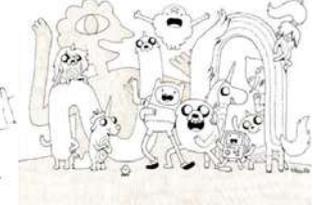
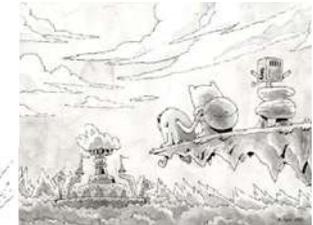
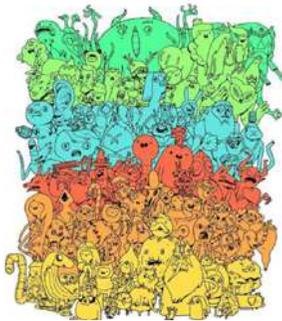
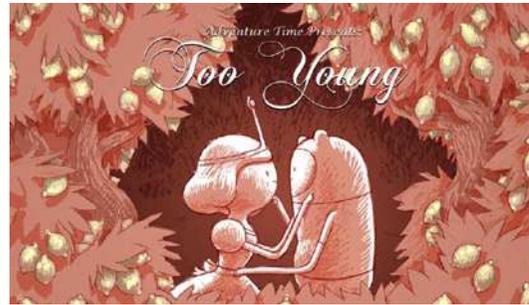
Ejemplo de señalización



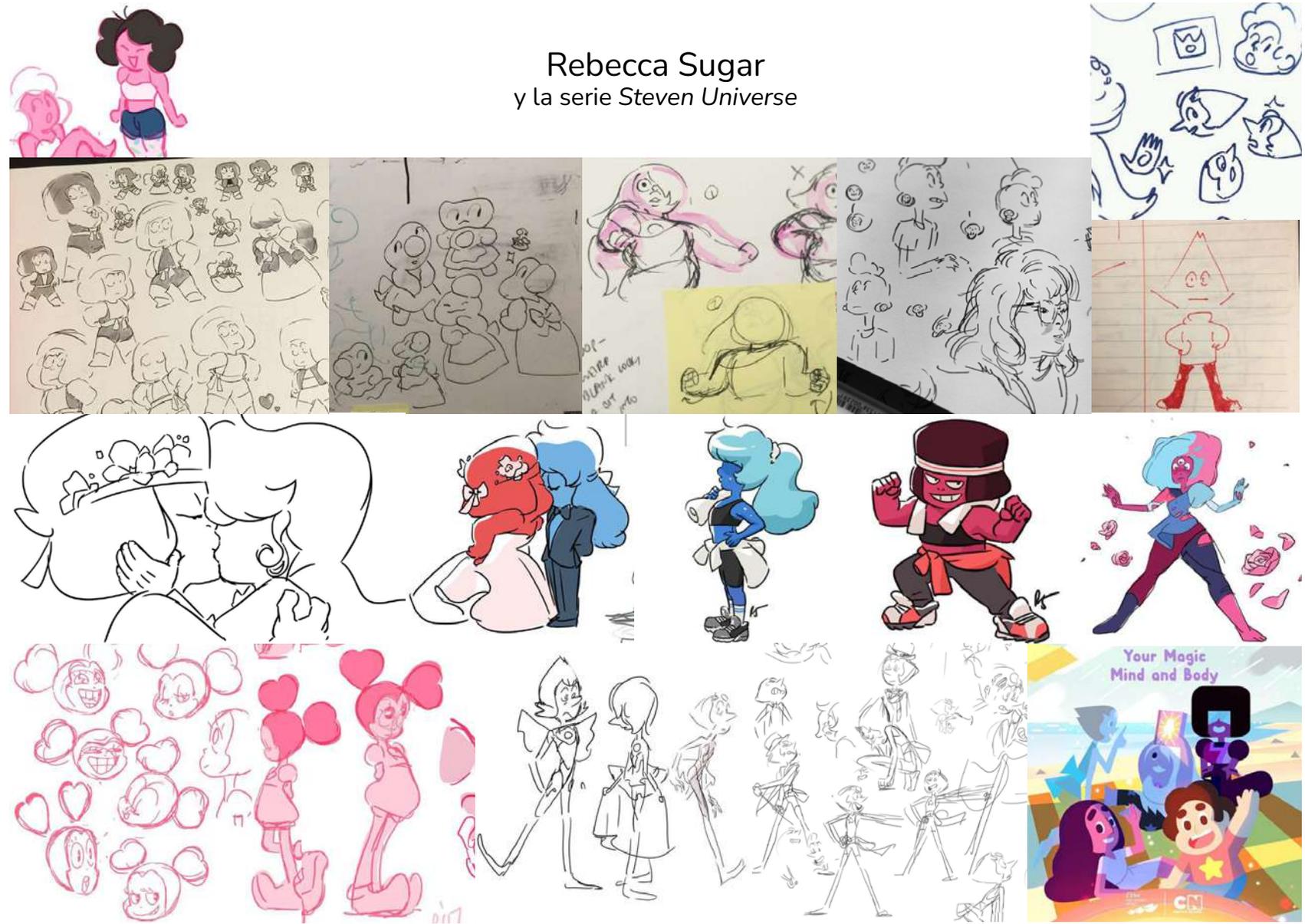
Anexo XII: Referentes para la mascota y la animación



Andy Ristiano
y Hora de Aventuras
(y otros proyectos)



Rebecca Sugar y la serie *Steven Universe*



Fido Dido, seven up



Madeline Queripe e Infinity Train



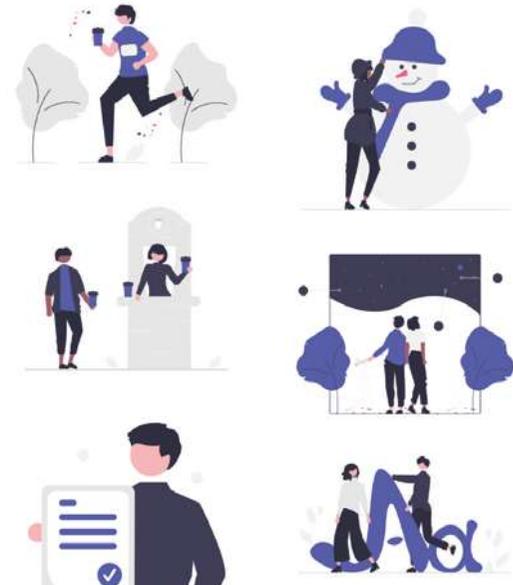
Funko pops



Juanma Garcia Escobar



Undraw



Las Suprernas



Ketnipz



Among Us, videojuego de Inner Sloth



Sarah Scribbles



Alice Olsman y Heartsopper



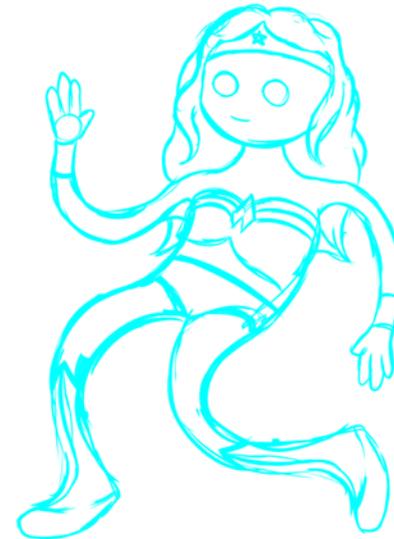
Veronica MG



Crisol Crowling



Anexo XIII: Bocetos de personajes

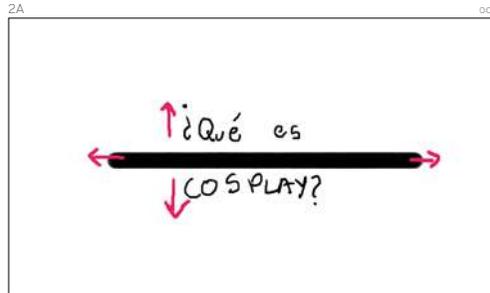


Anexo XIV: Storyboard

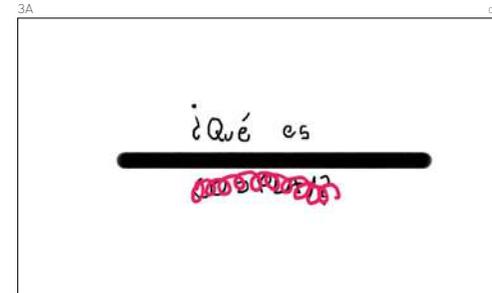
QUE ES COSPLACE

Boards: 34 | Shots: 34 | Duration: 1:08 | Aspect Ratio: 16 : 9
DRAFT: JUNE 4, 2022

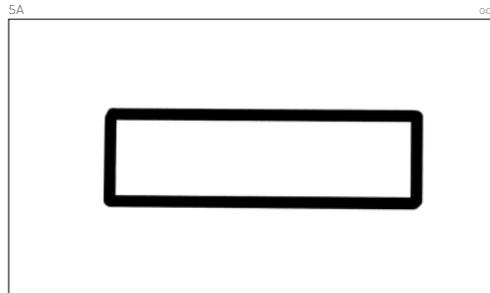
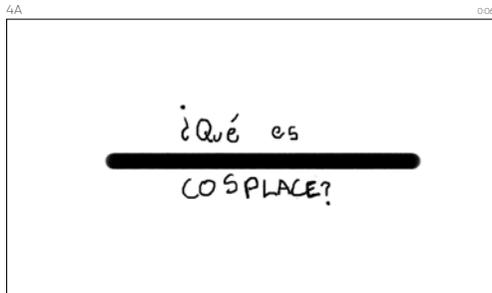
Page: 1 / 4



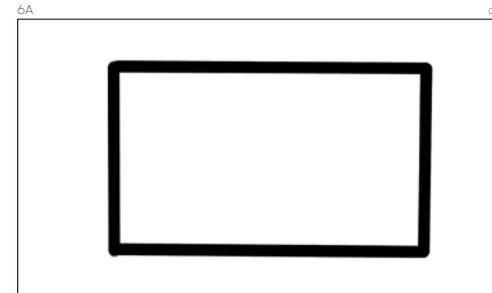
Línea aparece desde centro. Texto aparece desde línea



Efecto tipográfico.



Se abre pantalla



Mov. Mano - Sacar una gema

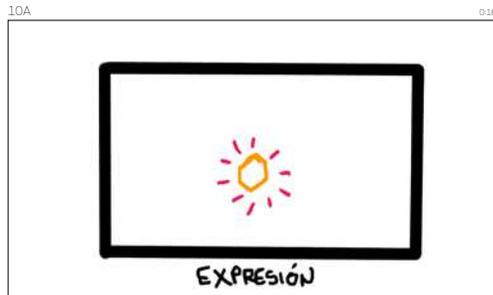


Gema Brilla

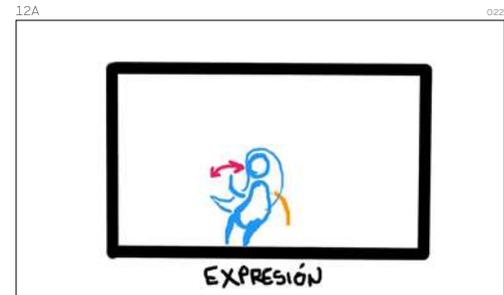
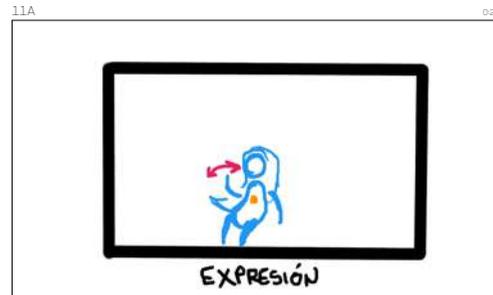
QUE ES COSPLACE

Boards: 34 | Shots: 34 | Duration: 1:08 | Aspect Ratio: 16 : 9
DRAFT: JUNE 4, 2022

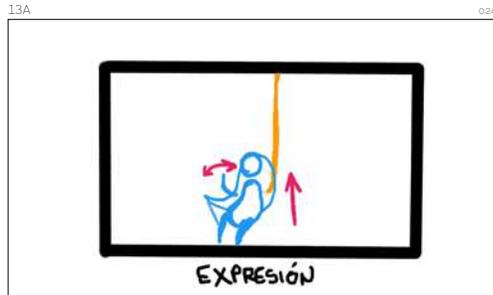
Page: 2 / 4



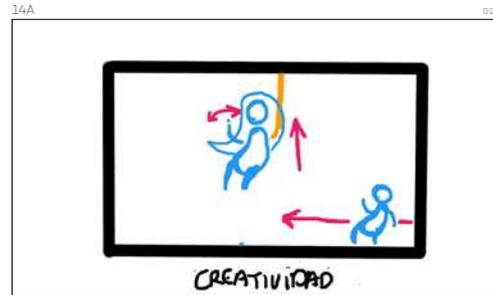
Resplandor en toda la pantalla



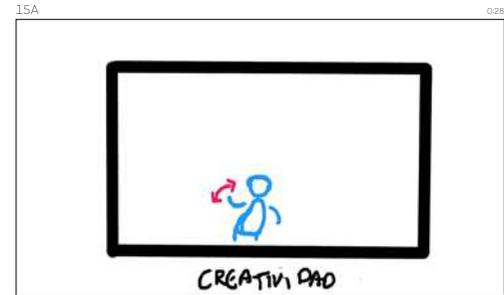
Brazo se estira y sube



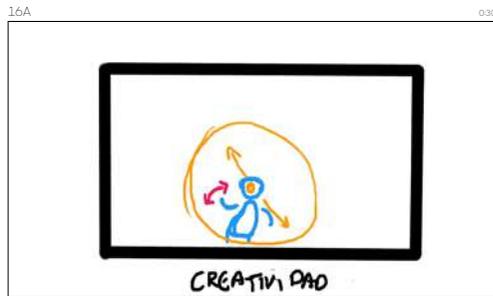
Brazo se estira y sube



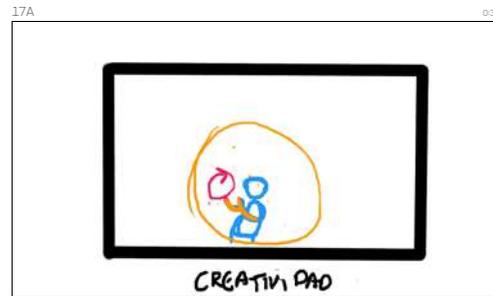
Amatista sube y Hugaceo entra caminando



Sigue saludando con la mano



Empieza a abrir un portal



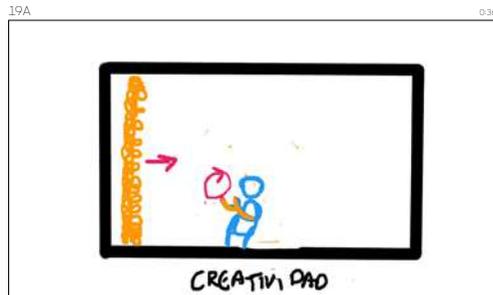
Del portal surge Wanda



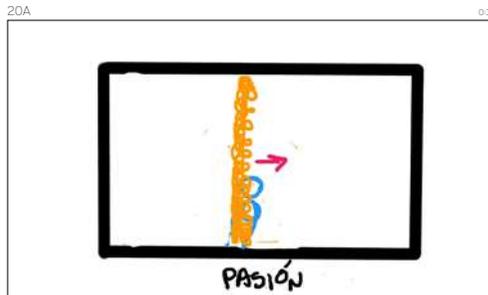
Sigue haciendo magia

QUE ES COSPLACE

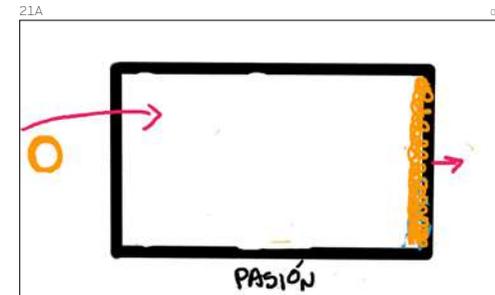
Boards: 34 | Shots: 34 | Duration: 1:08 | Aspect Ratio: 16 : 9
DRAFT: JUNE 4, 2022



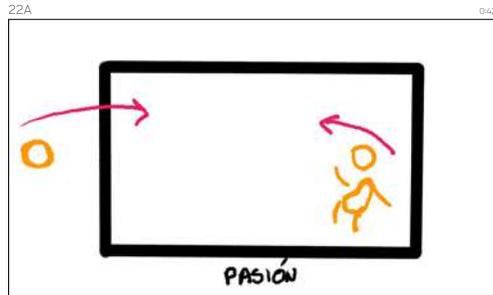
Barrido de magia



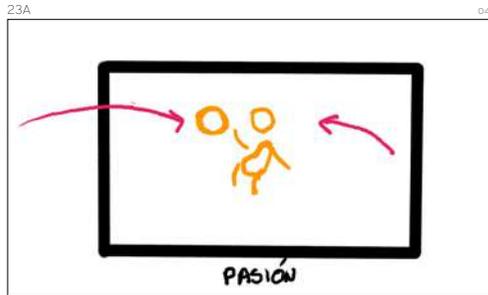
Barrido de magia



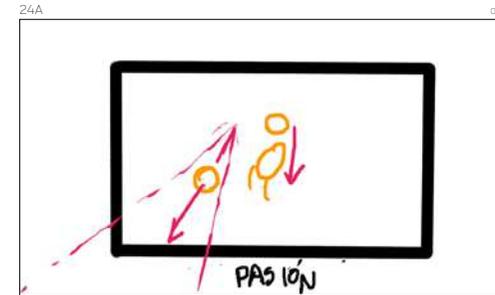
Aparece bola de volleyball



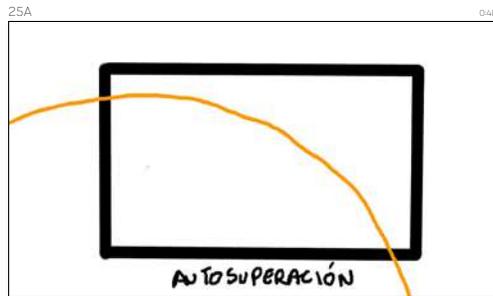
Aparece Hinata saltando



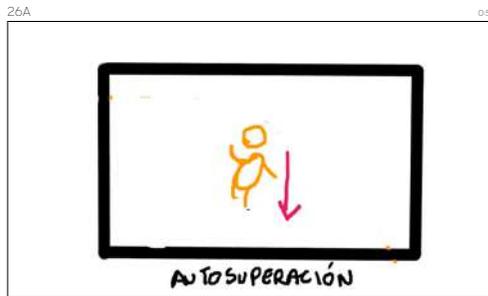
Hinata golpea balón



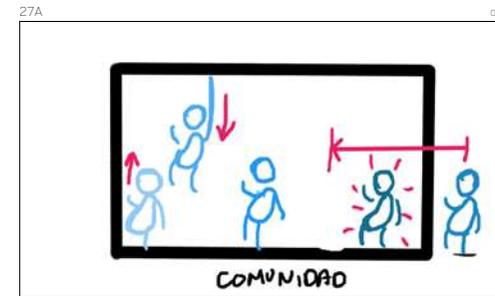
Balón se acerca a cámara



Balón cubre parte de pantalla



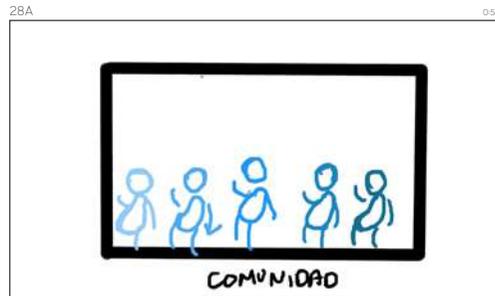
Hinata cae



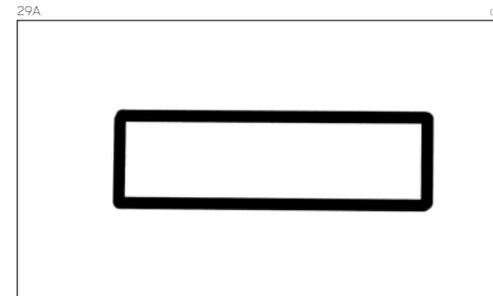
Los personajes van a apareciendo. Eliza en mov. ascendente. Amatista e Hinata en mov. descendente. Hugaoce caminando. Wanda en un portal

QUE ES COSPLACE

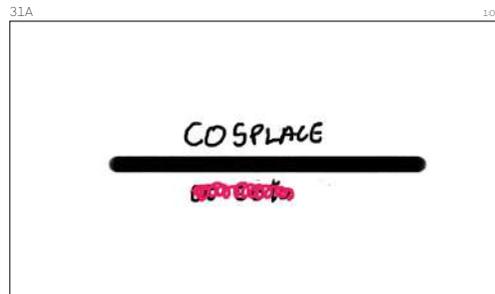
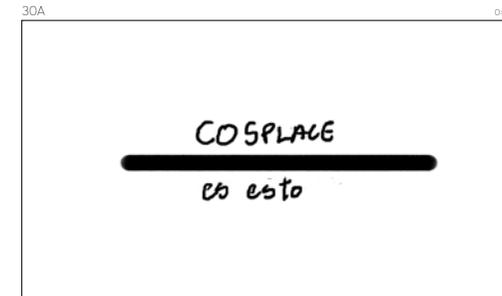
Boards: 34 | Shots: 34 | Duration: 1:08 | Aspect Ratio: 16:9
DRAFT: JUNE 4, 2022



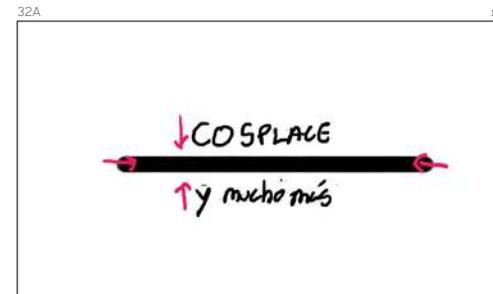
Los personajes van a apareciendo. Eliza en mov. ascendente. Amatista e Hinata en mov. descendente. Hugaceo caminando. Wanda en un portal



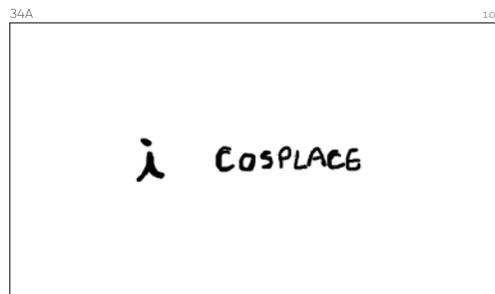
Se cierra pantalla



Efecto tipográfico



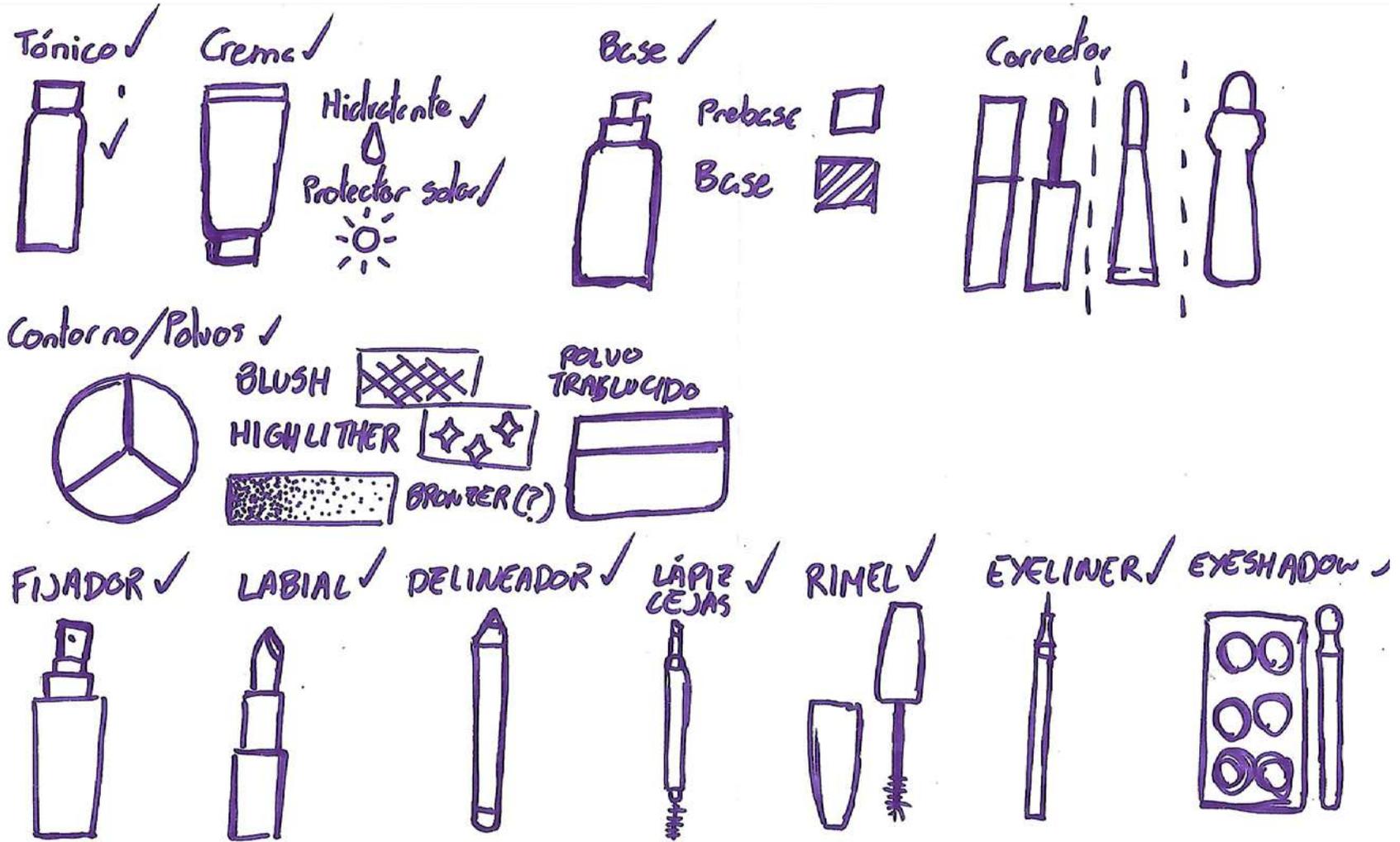
Texto desaparece hacia línea.
Línea desaparece hacia centro.



Anexo XV: Moodboard para las guías



Anexo XVI: Bocetos para elementos de las guías



Anexo XVII: Dummies de las cajas





Guía Editorial

Guías de Estilo Editorial de Cosplace



Índice

Prólogo	3
Interior	4
Tipografía	7
Elementos tipográficos	8
Color y elementos gráficos	9
Primera página	10
Cubierta	11
Cubierta	14
Caja	15
Materiales	16
Planos	17
Esquema de montaje	18

Prólogo

Nos encontramos ante la Guía de Estilo Editorial para las publicaciones de Cosplace. Estas consisten en una serie de guías cuya finalidad no es otra sino la de promover el conocimiento acerca de la práctica del cosplay; abarcando, enseñando y mostrando los distintos ámbitos en los que se mueve y con los que se relaciona la subcultura.

Se tratan de ediciones pequeñas, de pocas páginas, pero que pretenden ser un vehículo de conocimiento directo, conciso y claro, y sobre todo con un alto grado de maleabilidad y portabilidad.

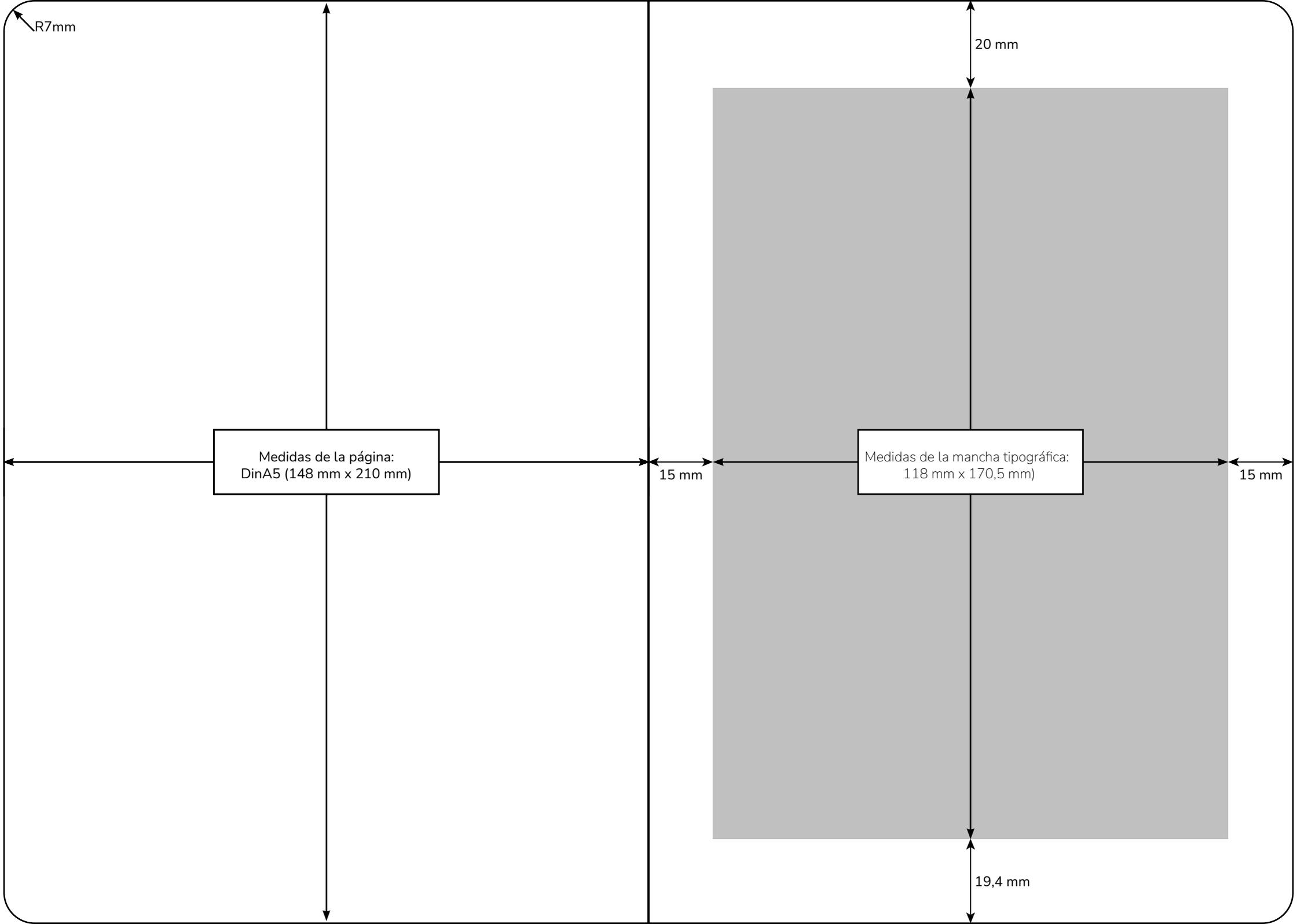
Esto, junto a un atractivo por promover una mejor relación con el medio ambiente desde el mundo del cosplay, ha llevado a un interés por emplear papeles reciclados de 80 gramos, así como naturales con poco tratamiento químico. Al mismo tiempo, se recomiendan sistemas de impresión más respetuosos como puede ser la risografía.

A continuación, se procede a mostrar todos aquellos aspectos que conforman las guías, permitiendo unanimidad entre los distintos ejemplares que se realicen. Comentar que los parámetros a mencionar pretenden transmitir una filosofía alegre, cercana y como no podía ser de otra, colaborativa y cooperativa, al igual que la subcultura que promueve.

Una vez dicho esto, recordar que el cosplay es para todes.

Interior





Medidas de la página:
DinA5 (148 mm x 210 mm)

Medidas de la mancha tipográfica:
118 mm x 170,5 mm)

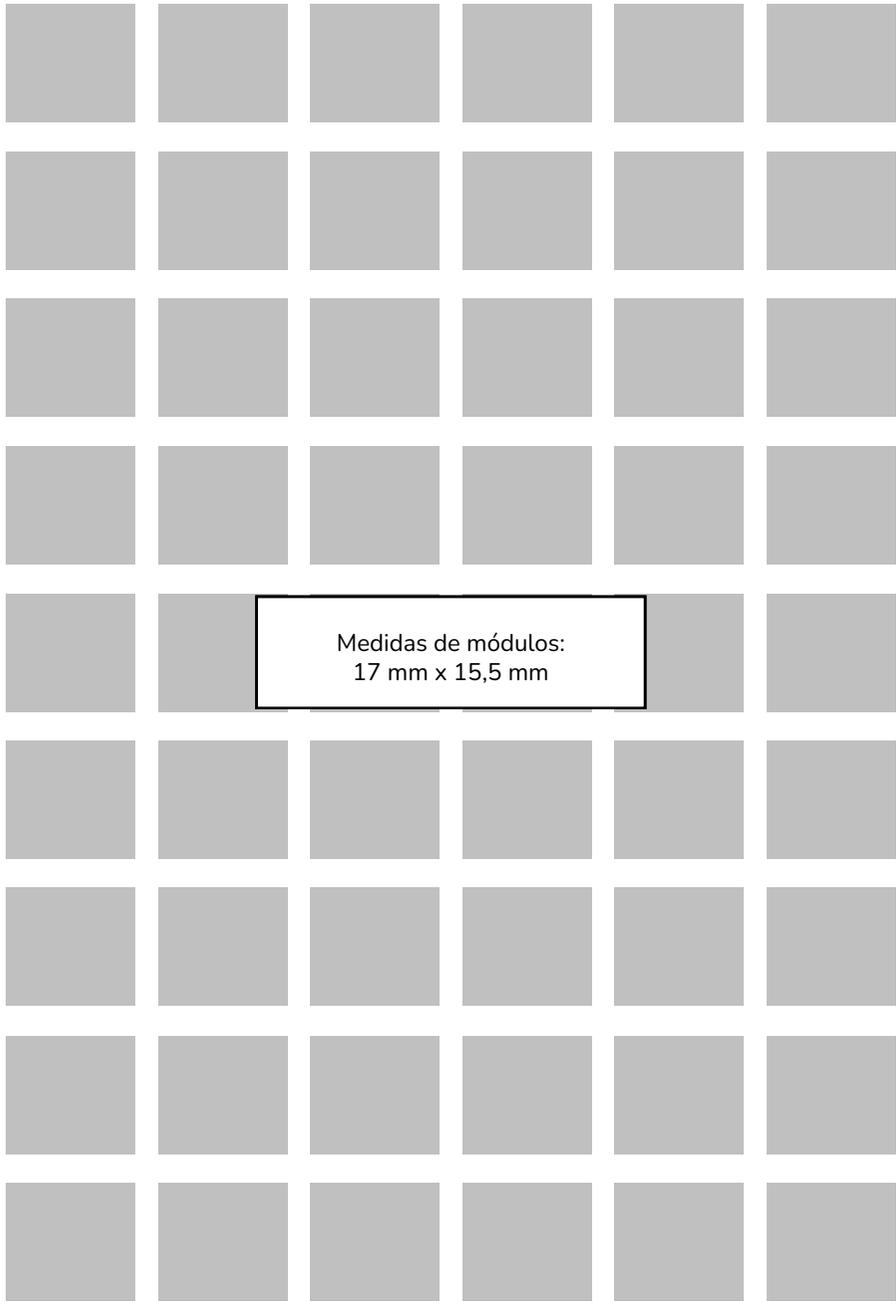
R7mm

20 mm

15 mm

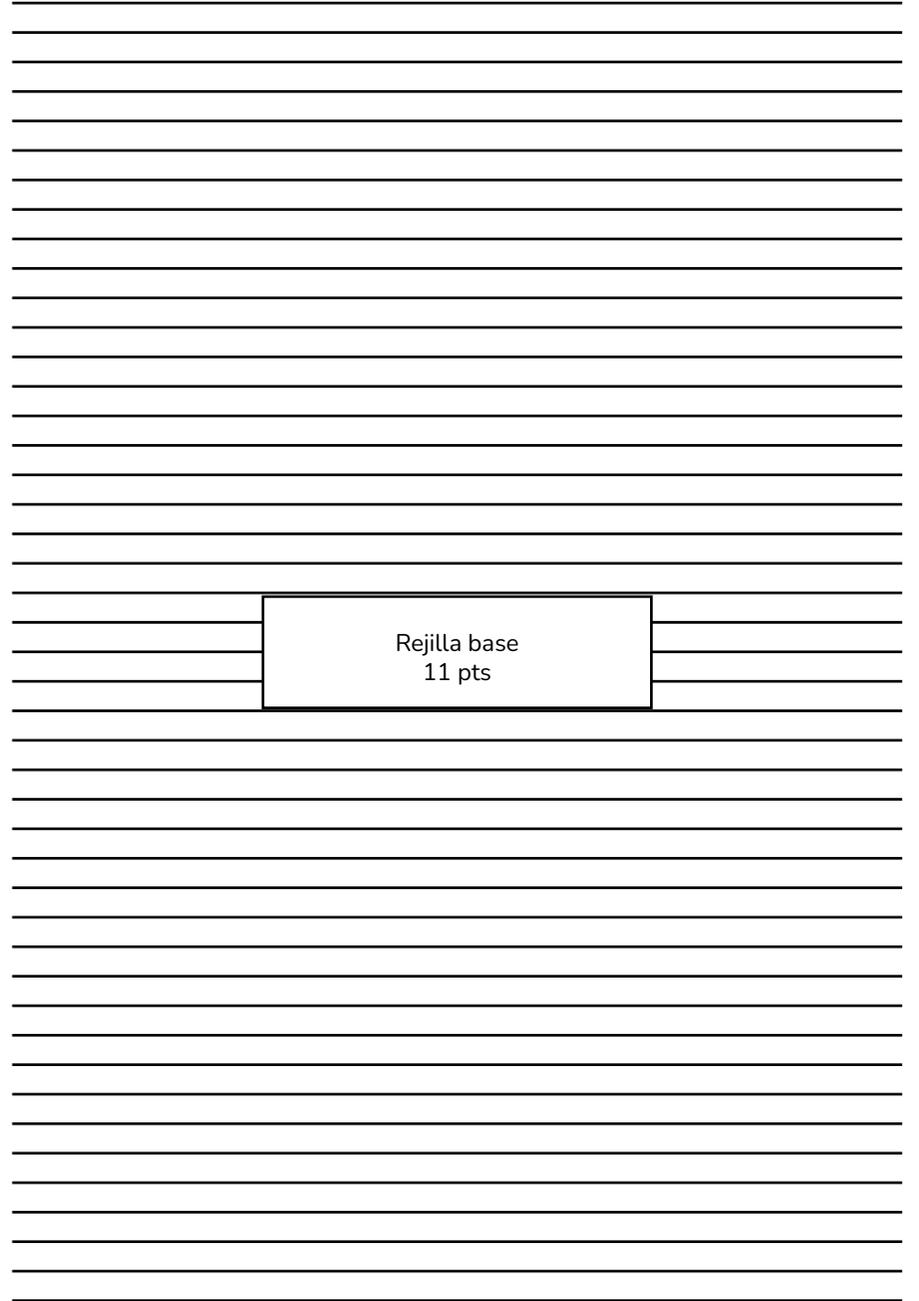
15 mm

19,4 mm



Medidas de módulos:
17 mm x 15,5 mm

A



Rejilla base
11 pts

A

Nunito Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @.,:;¿?;!'"#%&/()= []+-<>*

Nunito Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*0123456789 @.,:;¿?;!'"#%&/()= []+-<>**

Nunito Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @.,:;¿?;!'"#%&/()= []+-<>*

Nunito Extrabold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @.,:;¿?;!'"#%&/()= []+-<>*

Nunito Extralight
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 @.,:;¿?;!'"#%&/()= []+-<>*

Nunito Light
Nunito Semibold
Nunito Black

Nunito Extralight Italic
Nunito Light Italic
Nunito Semibold Italic
Nunito Bold Italic
Nunito Extrabold Italic
Nunito Black Italic

Tipografía

La tipografía empleada es la Nunito, coincidiendo también con la tipografía corporativa, permitiendo de esta forma una vinculación directa y cohesión. De palo seco y de licencia libre, es una tipografía balanceada con remates redondeados, transmitiendo así un carácter amigable, desenfadado, carismático y alegre.

A pesar de ser considerada una fuente variable y contar con una gran cantidad de estilos distintos, para estas guías se han escogido sus variantes regular, italic, bold, extrabold y extralight, mostradas en el lateral. Los usos de las mismas serán explicados más adelante.

No obstante, con una debida justificación se podría optar a emplear cualquier otra variante, siempre y cuando sea para garantizar una correcta transmisión de la información y legibilidad.

Tipos de piel

Hay cinco tipos de piel sana. Esta viene determinada genéticamente, pero diversos factores pueden generar cambios considerables. Estas son:

1. **Piel eudérmica**, también conocida como piel normal. Es aquella que presenta un buen equilibrio.
2. **Piel seca**. Es aquella que produce menos sebo, y por lo tanto no retiene tanta humedad ni logra formar un gran escudo protector frente a elementos externos. Se puede percibir como tirante, áspera y apagada.
3. **Piel grasa**. Es aquella que tiene una elevada producción de sebo. Se puede percibir cierto brillo y poros visibles.
4. **Piel mixta**. Es una mezcla de distintos tipos de piel según la zona. Normalmente la frente, mentón y nariz tienden a ser más grasas, mientras que las mejillas normales o secas.
5. **Piel sensible**. Es aquella más propensa a reaccionar a estímulos externos. La protección que tiene es delicada y frágil, por lo que es común la irritabilidad y enrojecimiento.

Elementos tipográficos

A la hora de componer predominará un texto general corrido, el cual empezará en la segunda línea de la rejilla base. Estos contarán siempre con las mismas características: tipografía Nunito, en su variante regular, a cuerpo 9 y 11 puntos de interlínea. Serán alineado en bandera a la izquierda, ajustado a la rejilla, con una separación posterior de una línea de texto entre párrafos, y ocupando un ancho de texto de cinco columnas.

Solo en casos debidamente justificados se podrá añadir un espaciado mayor entre párrafos. Atendiendo siempre a los principios de lectura y composición.

- En caso de necesitar viñeteado, se mantendrán las mismas características, añadiéndole el correspondiente elemento de viñeta como se muestra en este párrafo: un círculo sólido.
1. Las posibles numeraciones se compondrán de la misma forma, con la diferencia de emplear dígitos numéricos.

Para crear jerarquía de lectura dentro de la página, así como destacar ciertos elementos en el texto se empleará la variante **bold** de la tipografía y nombres de marcas y palabras en otro idioma irán en *itálica*. Es importante no abusar de estos últimos dos recursos.

De la misma forma, para generar jerarquía en el documento y orientar en su lectura, de unos titulillos, compuestos en la tipografía Nunito Extrabold, a cuerpo 14 puntos. Estos elementos deben ser lo más breve posibles, no llegando a pasar nunca de una línea. Se ubicarán en parte superior de la hoja, coincidiendo su línea base con el margen superior de la mancha tipográfica, como se muestra en esta páginas.

Por último, la foliación de las páginas se configurarán de la misma forma que el texto general; pero, modificando su peso a extralight, y centrado en la página, como se puede comprobar también en estas páginas.

En caso de necesitar otros elementos como pie de imágenes o notas al pie de página, el cuerpo se reducirá a 8 puntos y la interlínea a 9 puntos; como tampoco tienen que estar sometidos a la alineación con la cuadrícula base.



Negro



100%

5%



Trazado vectorial



Imagen tramada



Imagen bicromía



Imagen cuatricromía

Color y elementos gráficos

A la hora de establecer color se buscará siempre el gasto mínimo, es por esto que se aconseja el uso único de una tinta. Generalmente esta será la negra, pero permitiendo ser cambiada por cualquier otra con una debida justificación de legibilidad.

En el caso de que a través de una sola tinta, apareciendo en una mancha sólida, no sea suficiente para transmitir los distintos mensajes que se quieran enviar, se podrán emplear, en el orden mencionado, un duotono, una bicromía y una cuatricromía.

De esta forma, los elementos gráficos que se pueden incluir en las guías deben ir acorde al uso del color, por lo que, cómo se muestra en el lateral, el orden es elementos vectoriales esquemáticos, imágenes tramadas (blanco y negro, y en color), imágenes en bicromía, e imágenes en cuatricromía.

Dichos elementos tienen que ser los necesarios para ayudar a transmitir la información deseada de forma breve pero eficaz.



39

Esta guía es de carácter informativo.

Esta guía es de carácter informativo, por lo que contiene información general de los distintos productos de maquillaje que existen y su orden de aplicación. A pesar de esto, sigue existiendo una gran variedad de artículos y formatos disponibles. En caso de dudas, o para un mejor conocimiento, se recomienda consultar directamente con un profesional o persona especializada. Y recordar que el maquillaje puede ser para cualquier persona.

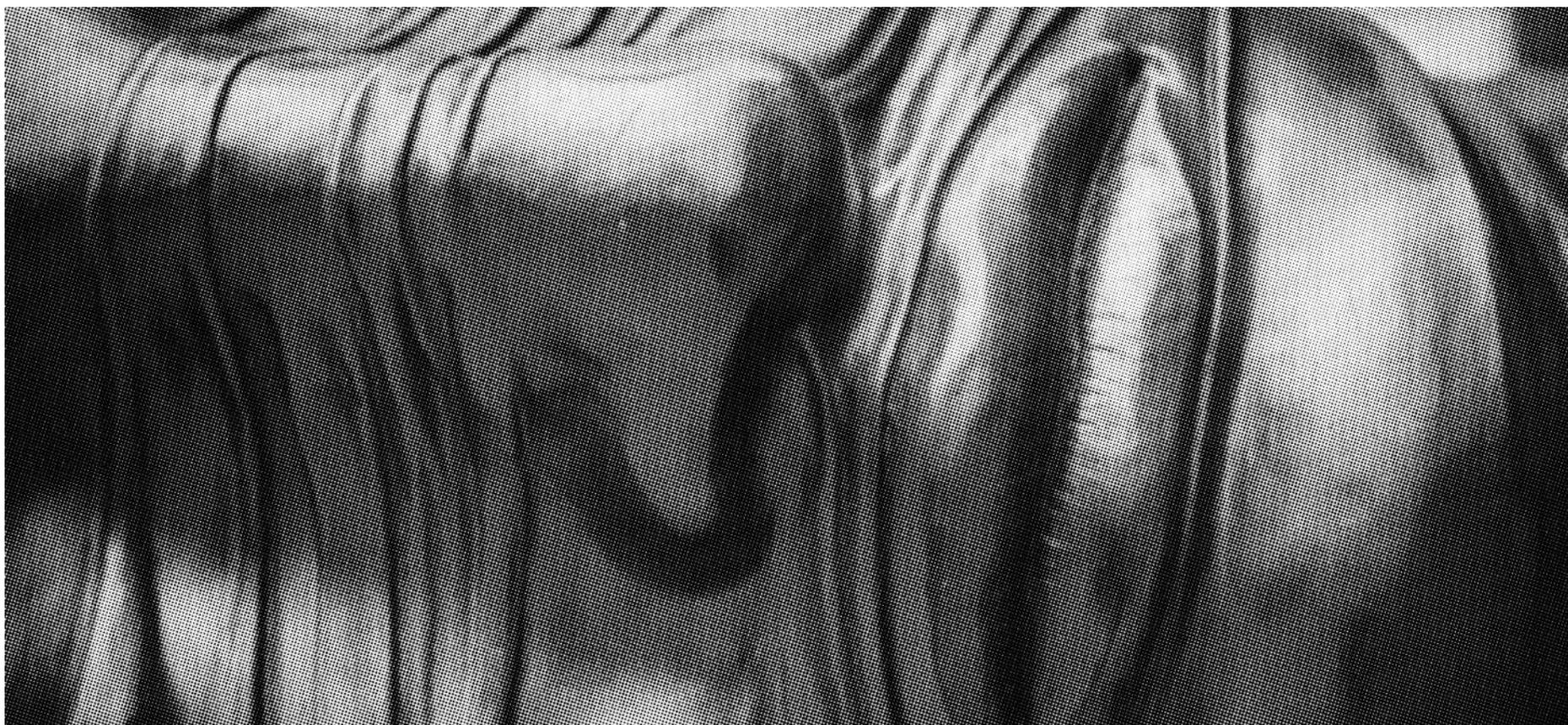
Primera página

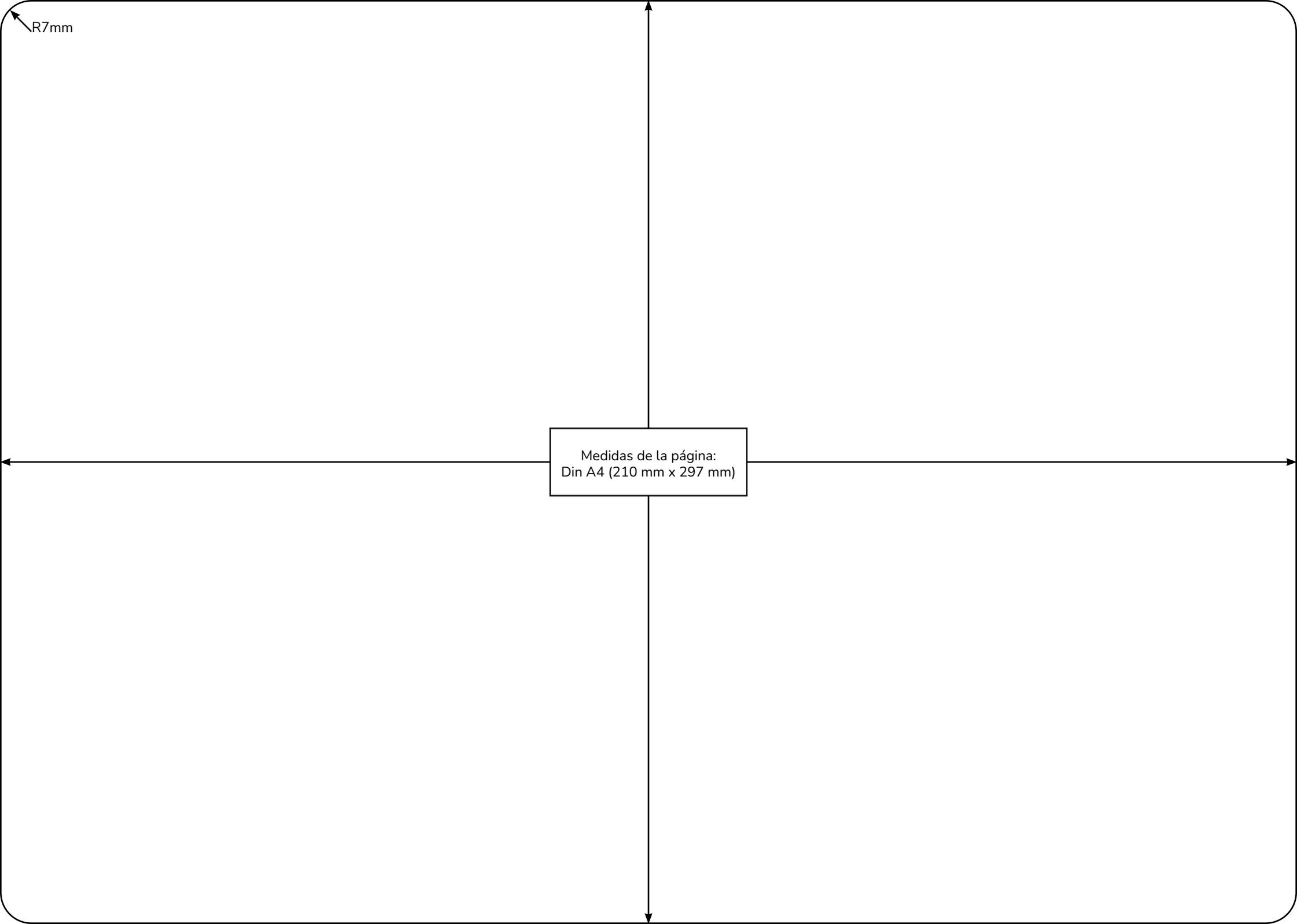
A pesar de que todas las páginas estén compuestas de forma similar, la primera diverge brevemente del resto. Esta misma consistirá en un texto introductorio, el cuál avisará de lo que se va a tratar, recomendaciones a seguir, y un mensaje positivo recordatorio de que el Cosplay es para cualquier persona.

El mismo texto estará compuesto de igual forma que el texto general. El cambio más importante en la configuración del texto radica en el encabezado, el cuál emplea la tipografía Nunito Bold a cuerpo 14, alineado a la izquierda y sin seguir la alineación a la cuadrícula base.

La disposición del texto también se verá modificada, empezando a componerse, encabezado incluido, a 39 mm del borde superior, como se puede comprobar en el lateral.

Cubierta





R7mm

Medidas de la página:
Din A4 (210 mm x 297 mm)

TÍTULO

14

20

Subtítulo

14

Dimensiones:
247 mm x 112 mm

λ COS PLACE

10

11

11

00



Imagen tramada



Imagen bicromía



Imagen cuatricromía

Cubierta

La cubierta de las guías también sigue una serie de pautas a pesar de no tener textos generales. Tanto el título, subtítulo y número de publicación están escritos en la tipografía Nunito Bold. Siendo la única diferencia el tamaño, mientras que el primero se compone a 43 puntos de cuerpo, el segundo a 14 y el último a 80.

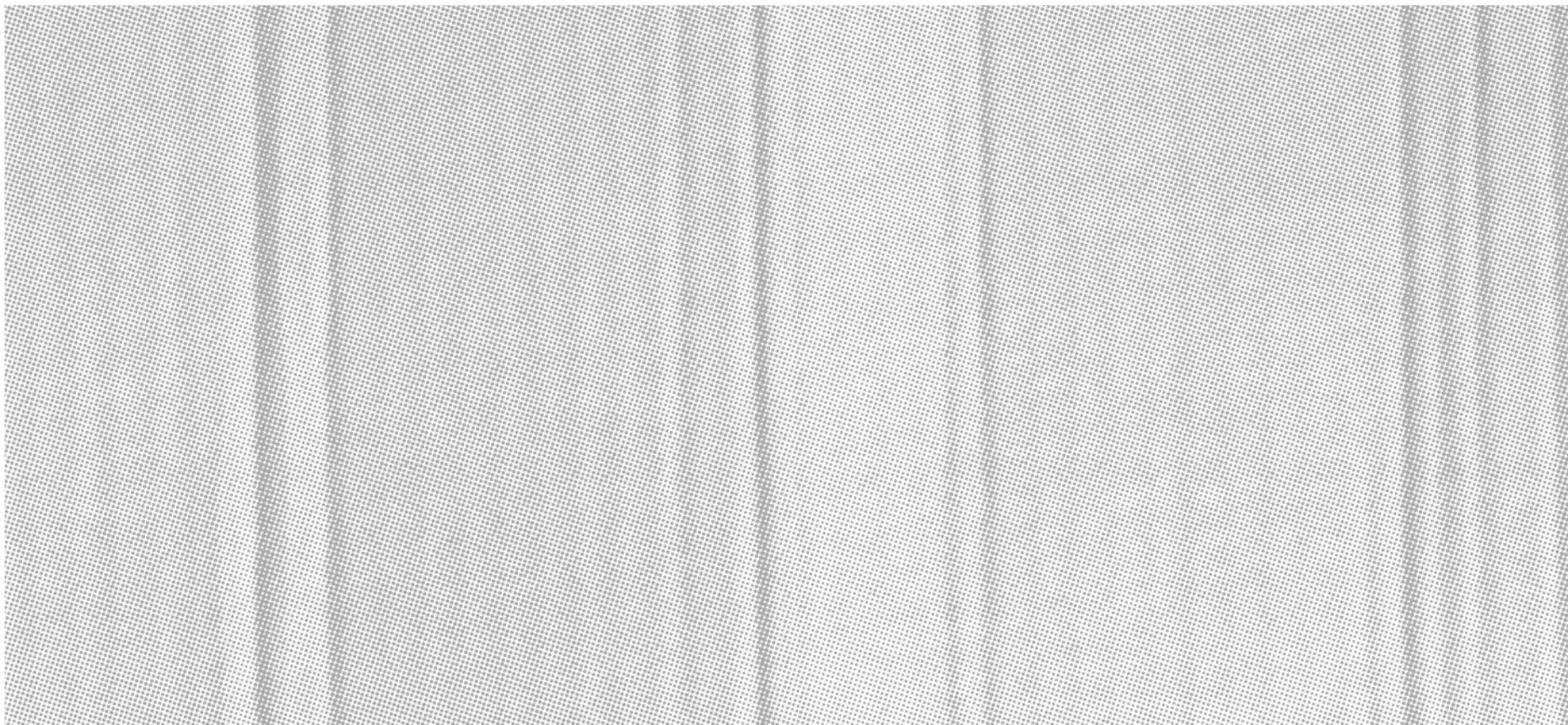
Aclarar que el tamaño del título se puede ver reducido si este es extenso, aunque siempre se buscará la brevedad; terminando de completar el mensaje a través del subtítulo, el cual a pesar de que lo ideal es que también sea corto, tiene cierta versatilidad.

La numeración irá siempre en la esquina inferior derecha, mientras que en el lado izquierdo irá el logo de Cosplace, en aquella versión autorizada por la propia empresa; así como una imagen en el centro. Dicha imagen deberá ir acorde al tema que se trata en cada guía, y por consiguiente a los títulos.

Similar a lo que ocurre con los elementos gráficos del interior, hay un interés por lograr el ahorro, por lo que también se recomienda el empleo de una tinta, pudiendo emplearse más en las situaciones que, como siempre, estén debidamente justificadas. Sin embargo, se considera que para una mayor expresión, se utilicen directamente imágenes tramadas. En caso de que no fuera posible, se vuelve a la preferencia de duotono y cuatricromía.

Respecto al material, sigue existiendo un interés por emplear materiales con un bajo impacto sobre el medio ambiente, como pueden ser papeles naturales sin acabados químicos, así como reciclados. A diferencia del interior, aquí se buscará un gramaje mayor, no llegando a superar los 150 gramos

Caja



Materiales

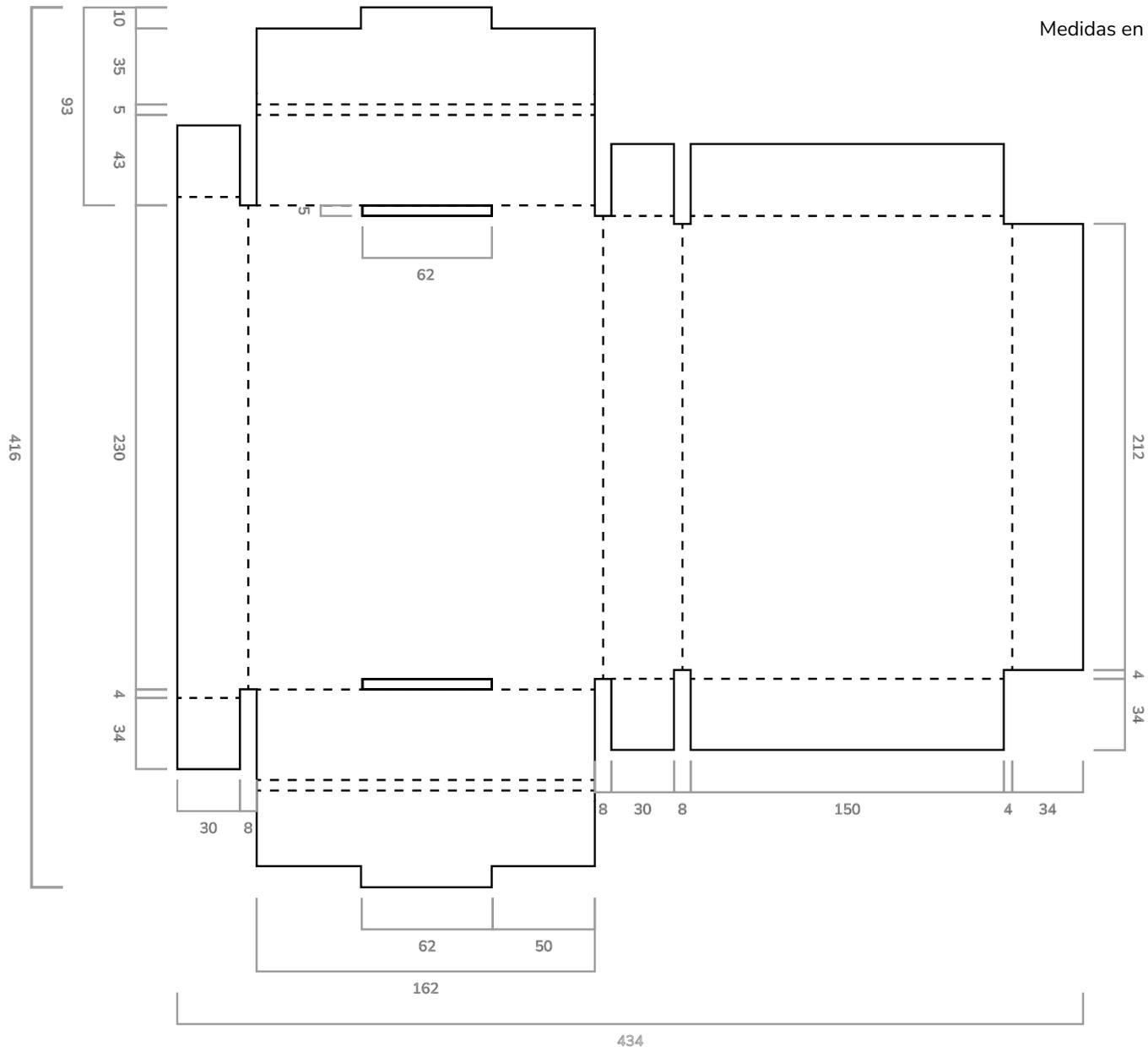
Cada guía viene acompañada y dentro de una caja de cartón ondulado de doble cara. Para realizar las cajas no se precisa de ningún acabado que no sea el corte, hendido e impresión de la identidad visual de la empresa, así como todos aquellos datos necesarios.

A su vez, cada guía vendrá acompañada por una serie de elementos a modo de obsequio, siempre acorde con el tema a tratar. Estos elementos serán los que aporten dinamismo a la propia forma de la caja, ya que se requerirá de un troquelado en la base específico según el número y la forma de los distintos elementos.

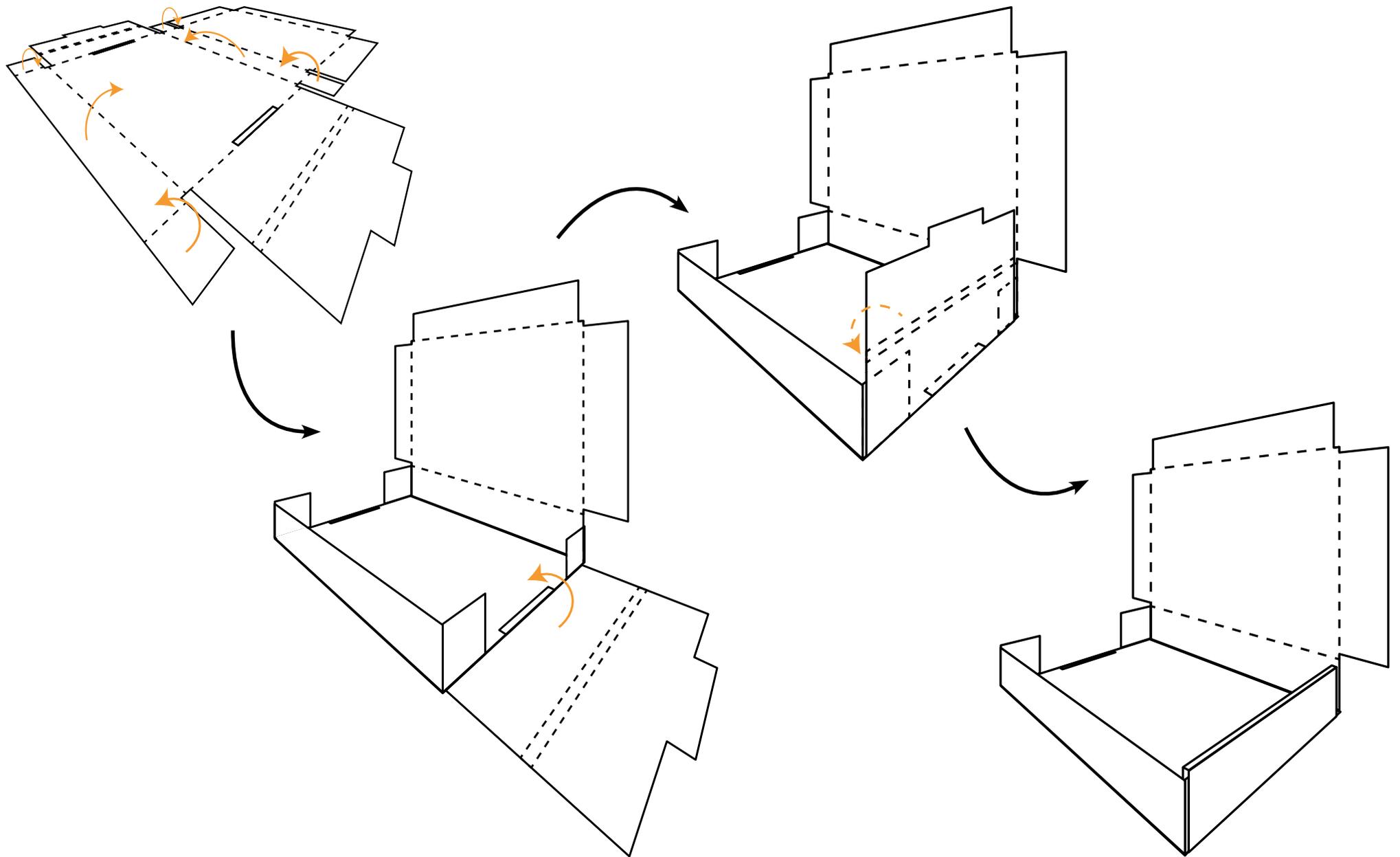
A continuación se muestran los planos generales de las cajas y un breve esquema de montajes para facilitar dicha tarea.

Planos

Medidas en milímetros



Esquema de montaje



Guía Editorial



Anexo XVIII: Gastos cosplay

Producto	Precio	Cantidad	Suma
Bastón	1,89 €	1	1,89 €
Tela 4003 Naranja Stretch 150 (metros)	7,33 €	2,5	9,22 €
Bola transparente 8 cm	1,98 €	1	11,20 €
Pantalón	8,00 €	1	19,20 €
Camiseta Negra	6,99 €	1	26,19 €
Luces LED	2,75 €	1	28,94 €
Diadema	0,75 €	1	29,69 €
Goma Eva	1,44 €	2	31,13 €
Total			31,13 €

Anexo XIX: Preselección de pokémon



Anexo XX: Matriz ponderada de elección de pokémon

Peso de cada criterio

Criterio 1, 2 y 3: 30% (3 puntos. De los cuales, los criterios equivalen a: Alta=10pt; Media=5pt; y Baja=0pt).

Criterio 4: 10% (1 punto. De los cuales, los criterios equivalen a: Alta=10pt; Media=5pt; y Baja=0pt).

Definición criterio

Criterio 1: Iconicidad. El pokémon cuenta con elementos suficientes para su reconocimiento aunque se desvincule de su forma.

- Variable 1: Alta. Se considera que el pokémon cuenta con un nivel óptico de elementos. Estos no son ni demasiados ni demasiado pocos.
- Variable 2: Media. Se considera que el pokémon cuenta con una cantidad de elementos con los que se puede seguir trabajando.
- Variable 3: Baja. La simpleza o el nivel de detalle hacen casi inviables su adaptación.

Criterio 2: Entorno. Se disponen de elementos en el entorno cercano que permitan jugar con el concepto original y el posible resultado final.

- Variable 1: Alta. En el entorno inmediato se disponen de una serie de elementos que facilitan la realización de una sesión de fotos. No se necesita de transporte.
- Variable 2: Media. En el entorno cercano, se disponen de una serie de elementos que facilitan la realización de una sesión de fotos. Es necesario un leve desplazamiento.

- Variable 3: Baja. No se dispone de elementos en el que faciliten la realización de una sesión de fotos.

Criterio 3: Forma. El pokémon cuenta con varias formas entre las que elegir.

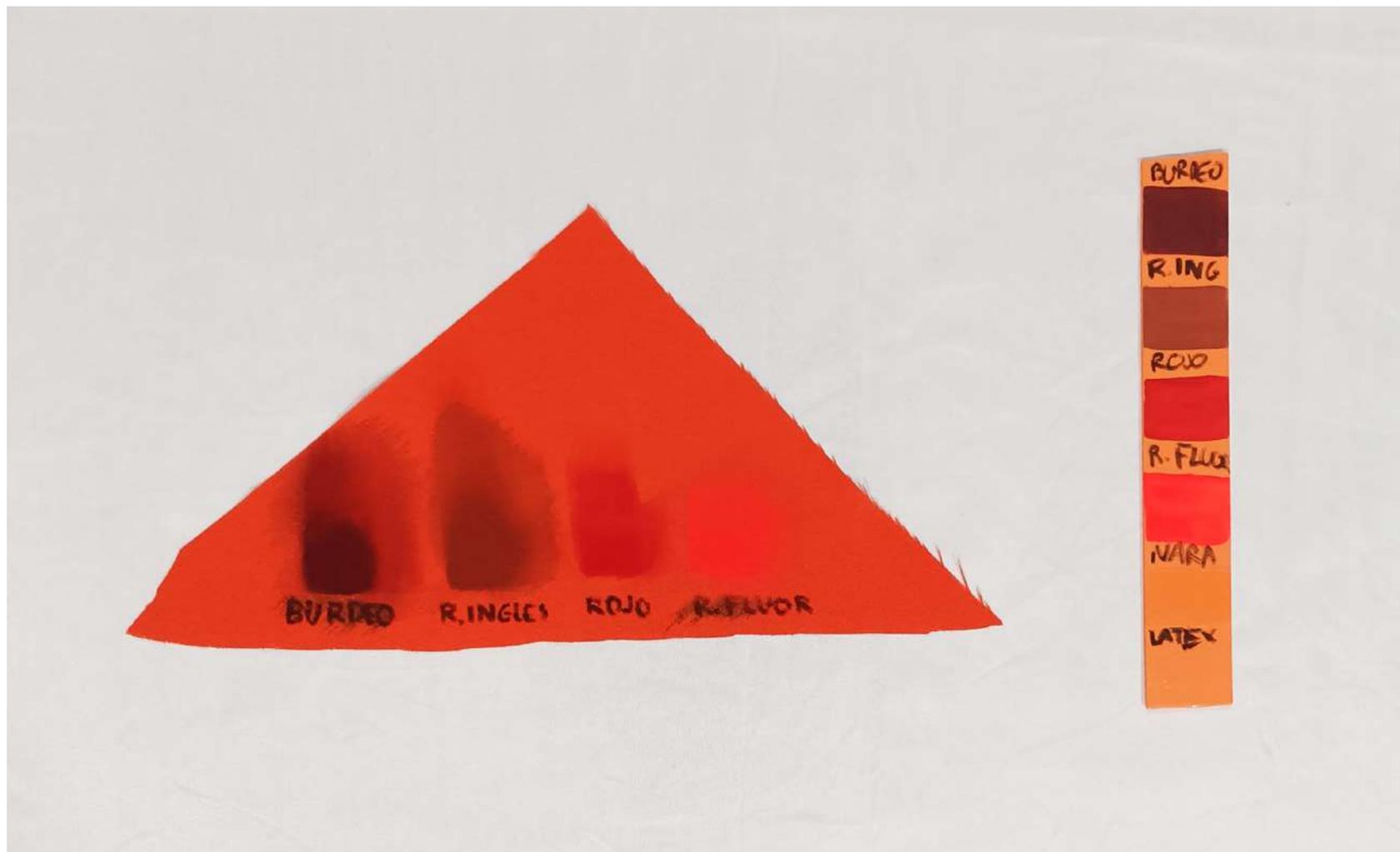
- Variable 1: Alta. El pokémon cuenta con una única forma, facilitando la elección.
- Variable 2: Media. El pokémon cuenta con una segunda o tercera forma entre las que elegir.
- Variable 3: Baja. El pokémon cuenta con un mayor número de formas entre las que elegir

Criterio 4: Relación. Vínculo afectivo y recuerdos que se posee con el pokémon.

- Variable 1: Alta. Pokémon empleado frecuentemente en algunos de los juegos de la saga o tiene un papel notorio en alguna creación de la franquicia.
- Variable 2: Media. El recurso al pokémon fue puntual y en situaciones específicas.
- Variable 3: Baja. No se recuerda el empleo del pokémon en ningún juego de la franquicia..

Objetivo:	Elegir un pokémon para realizar su cosplay.				
Opciones	Criterio 1: Iconicidad	Criterio 2: Entorno	Criterio 3: Forma	Criterio 4: Relación	Total
Venusaur	Medio	Medio	Medio	Medio	5
Buterfree	Bajo	Alto	Medio	Bajo	4,5
Vileplume	Medio	Medio	Alto	Bajo	6
Venomoth	Medio	Alto	Alto	Bajo	7,5
Dewgong	Bajo	Bajo	Alto	Medio	3,5
Goldeen	Medio	Bajo	Alto	Bajo	4,5
Sneasel	Medio	Bajo	Medio	Alto	4
Togepi	Alto	Alto	Alto	Medio	9,5
Xatu	Medio	Medio	Alto	Bajo	6
Misdreavus	Alto	Medio	Alto	Bajo	7,5
Beautifly	Medio	Alto	Alto	Bajo	7,5
Absol	Medio	Bajo	Medio	Medio	3,5
Wormadan	Alto	Bajo	Medio	Alto	5,5
Mothim	Alto	Alto	Alto	Bajo	9
Shellos	Alto	Bajo	Medio	Medio	5
Mismagius	Alto	Medio	Alto	Bajo	7,5
Finneon	Medio	Bajo	Alto	Bajo	4,5
Lumineon	Medio	Bajo	Alto	Bajo	4,5
Rotom	Bajo	Medio	Medio	Alto	4
Darkrai	Alto	Medio	Alto	Alto	8,5
Unfezant	Medio	Bajo	Medio	Alto	4
Basculin	Medio	Bajo	Medio	Bajo	3
Volcarona	Alto	Alto	Alto	Alto	10
Vivillion	Alto	Alto	Bajo	Medio	6,5
Noivern	Alto	Medio	Alto	Bajo	7,5
Dedidueye	Alto	Medio	Medio	Alto	7
Mareanie	Medio	Bajo	Alto	Bajo	4,5
Shiinotic	Medio	Medio	Alto	Bajo	6
Salandit	Bajo	Bajo	Alto	Alto	4
Mimikyu	Bajo	Alto	Alto	Alto	7
Minior	Medio	Bajo	Medio	Medio	3,5
Jangmo-o	Medio	Medio	Alto	Medio	6,5
Frosmoth	Bajo	Bajo	Alto	Bajo	3

Anexo XXI: Pruebas de color sobre tela y goma EVA



Anexo XXII: Pruebas de maquillaje



Referencias bibliográficas

- Alain, N. (2015). *Diseño y confección de vestuario y props inspirados en personajes de ficción y videojuegos*. (Trabajo de Fin de Grado: Universitat Politècnica de València). Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/58928>
- Altiano, R. (2016) *Debajo del disfraz cosplay: portafolio fotográfico*. (Tesis de Licenciatura: Universidad Nacional Autónoma de México). Recuperado de: https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TESO1000750698
- Atanasova, V. (2021) *How To Create A Brand Mascot? Everything You Need To Consider Before Hiring A Designer*. VisualContent. Recuperado de: <https://visualcontent.space/how-to-create-a-brand-mascot/>
- Becker, A. [AlanBeckerTutorials] (30 de mayo, 2017) *12 Principles of Animation (Official Full Series)* [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=uDqjldl4bF4&ab_channel=AlanBeckerTutorials
- Birch, N. (2013) *Star Trek: The Next Generation's Uniforms Were Smelly, Painful Nightmares*. Uproxx. Recuperado de: <https://uproxx.com/viral/star-trek-next-generations-uniforms-smelly-painful-nightmares/>
- Brenner, G. (2014). Cosplay, realidad o ficción. *Revista De Comunicación Social*, vol. 14, 127-132. Recuperado de: <https://doi.org/10.33539/comunife.2014.n14.1841>
- Brownie, B. (2015). The Masculinization of Dressing-up. *Clothing Cultures*, vol. 2, pp 145-55. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2299/15884>
- Brownie, B., y Graydon, D. (2016), *The Superhero Costume: Identity and Disguise in Fact and Fiction*, Reino Unido: Bloomsbury Publishing.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal*, vol. 40, pp.519-31. Recuperado de: <https://doi.org/10.2307/3207893>
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. España: Paidós.
- Cafarelli, C. (2008). *Tribus urbanas: Cazadores de identidad*. Argentina: Lumen Humanitas.
- Carrión, M. C. (2018). *Habitar el cuerpo. Propuesta sistematizada para el diseño de vestuario para obras de teatro*. (Trabajo de Fin de Grado: Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8145>
- Carvajal, C. (2020). *Historia de la moda: El origen del disfraz*. Recuperado de: <https://noisemag.mx/2020/10/07/historia-de-la-moda-el-origen-del-disfraz/>
- Castelán, C. (2015). *Tecnologías performativas del disfraz (recodificación corporal del cosplay)*. (Tesis doctoral: Universitat de Barcelona). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2445/97006>
- Categoría:Volcarona (s.f.). Wikidex. Recuperado de: <https://www.wikidex.net/wiki/Categor%C3%ADa:Volcarona>
- Cohen, S. y Rodriguez, H. (2018). *Make it, Wear it wearable Electronics for makers, crafters, and cosplayers*. Estados Unidos: McGraw Hill Education.
- ComicTropes (28 de julio, 2019). *The Origins and History of Cosplay*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=KzdwM-3C2e6Y&t=519s&ab_channel=ComicTropes

- Conahan, G. (2017). *The hero's closet sewing for cosplay and costuming*. Estados Unidos: Abrams.
- DiPiazza, F. y Lynn, S. (2018) *Fandom Fic Writers, Vid-ers, Gamers, Artists, and Cosplayers*. Estados Unidos: Twenty First Century Books
- Diseño Cosplay (s.f.) Inicio [Revista online]. Recuperado de: <https://issuu.com/revistacosplaydesign>
- Douglas, T. (s. f.). *Los espacios de aprendizaje flexibles*. ISTE. Recuperado de: <https://www.iste.org/es/explora/entrsekt/Flexible-learning-spaces-focus-on-helping-students-be-productive%2C-comfortable>
- Eggleston, B. [Brooks Eggleston - Character Design Forge] (22 de septiembre, 2020). *Let's Design: An Animated Series Character!* [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=MQ-4EuLe4nc&ab_channel=BrookesEggleston-CharacterDesignForge
- Egri, L. (2009). *El arte de la escultura dramática: Fundamentos para la interpretación creativa de las motivaciones humanas*. México: Universidad Autónoma de México.
- Fiske, J. (1992), The Cultural Economy of Fandom. En Lewis, L (ed.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, pp. 30–49. Estados Unidos: Routledge.
- Fontalba, T (2019) *Beneficios de las mascotas en las marcas corporativas*. Ttandem. Recuperado de: <https://www.ttandem.com/blog/beneficios-de-las-mascotas-en-las-marcas-corporativas/>
- Fraisse, J. [Jean Fraisse]. (9 de junio, 2021). *Mejora tu CHARACTER DESIGN || PSD GRATIS + Paso a paso de la creación de un caballero cartoon*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=LnOKbooFTLc&ab_channel=JeanFraisse
- García, D. (2021). *La leyenda del kitsune. Diseño de un personaje de ficción desde su caracterización hasta el concept art*. (Trabajo de fin de Grado, Universitat Politècnica de València). Recuperado de: <https://rii-net.upv.es/handle/10251/170252>
- García, F. (2019a) *¿Qué es una mascota corporativa?* Misanimales. Recuperado de: <https://misanimales.com/que-es-una-mascota-corporativa/>
- García, F. (2019b). *¿Qué es una mascota corporativa?* Okdiario. Recuperado de: <https://okdiario.com/mascotas/que-mascota-corporativa-4640995>
- García, J. (s.f.) *Mascotas corporativas-Advertising mascots*. Mascotaspublicitarias. Recuperado de: <http://www.mascotaspublicitarias.eu/>
- García, R. y García D. (2014). Manifestaciones de la cultura popular del japon en México: Convenciones de comics, anime y cosplay. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, vol. 5 (Universidad de Guadalajara). México. Recuperado de: <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/issue/view/45>
- Gijinka: *What is it, and why do we love the cosplays?*, (2017). Cosxpo. Recuperado de: <http://www.cosxpo.com/2017/08/06/gijinka-cosplay/>
- Gobierno de Canarias. (s. f.). *Espacios creativos. Aulas del Futuro en Canarias*. Gobiernodecanarias. Recuperado de: <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/espacioscreativos/>
- Gunnels, J. (2009). A Jedi Like My Father Before Me: Social Identity and the New York Comic Con. *Transformative Works and Culture*, vol. 3. Recuperado de: <https://doi.org/10.3983/twc.2009.0161>
- Haas, A. (2020). *Creative Cosplay: Selecting & Sewing Costumes Way Beyond Basic*. Estados Unidos: C & T Publishing.
- Hagamos Cosplay. (s.f.). Inicio [Canal de Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/c/HagamosCosplay/videos>

- Hidalgo, R. (2021). *Vestuario Cosplay Profesional: Técnicas de confección para su recreación*. (Trabajo de Fin de Grado, Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11068>
- Hilder, R. (2021) *27 top character design tips*. Creativeblog. Recuperado de: <https://www.creativeblog.com/character-design/tips-5132643>
- Holmes, M. (2016) *Designing creatures & characters. How to build an artist's portfolio for video games, film, animation and more*. Canadá: Penguin Random House
- Horvarth, J., Hoge, L., Cameron R. (2016). *Practical Fashion Tech. Wearable Technologies for Costuming Cosplay, and Everyday*. Estados Unidos: Apress.
- I Am Your Target demographic. (5 de octubre, 2016). *What is cosplay?* [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=D2RoWdsLtn-g&ab_channel=IAmYourTargetDemographic
- KamuiCosplay. (s.f.). Inicio [Canal de Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/c/KamuiCosplayOfficial>
- Kazuhiro, K. (2011). *Uto Elementary School*. C+A. C-and-A. Recuperado de: <https://www.c-and-a.co.jp/en/projects/uto-elementary-school/>
- Kesh (5 de febrero, 2021). *3 PRACTICAL Tips for Character Designing*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=EnlqQYWD-nKE&t=171s&ab_channel=Kesh
- Kigurumi: el pijama que causa furor en Japón*, (2017). Japonko. Japonko. Recuperado de: <http://japonko.com/kigurumi-pijama-japon/>
- Kinatpsu Cosplay. (s.f.). Inicio [Canal de Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/user/Neix567KinatpsuCosplay>
- Kotaku. (24 de octubre, 20016). *What is cosplay?* [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=CodbHTt3xQ&ab_channel=Kotaku
- Las mascotas publicitarias [Historia y Galería]* (s.f). Tentulogo. Recuperado de: <https://tentulogo.com/las-mascotas-publicitarias/>
- Lamerichs, N. (2011). Stranger than Fiction: Fan Identity in Cosplay. *Transformative Works and Cultures*, vol. 7. Recuperado de: <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0246>
- Lamerichs, N. (2014). Costuming as Subculture: The Multiple Bodies in Cosplay. *Scene*, vol. 2, pp. 113-125 (Universidad de Utrecht) Recuperado de: https://doi.org/10.1386/scene.2.1-2.113_1
- Lebaniegos, P. (2019). *El arte del cosplay. Realización de vestuario y accesorios para la recreación de personajes de ficción*. (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Politècnica de València). Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/130450>
- Lee, K. (2017). *Cosplay: Gijinka cosplay*. Themagicrain. Recuperado de: <https://themagicrain.com/2017/10/cosplay-gijinka-cosplay/>
- Lefineau, M. (2011). *Tribus Urbanas: La indumentaria desde una perspectiva multicultural*. Colombia: Nobuko S.A.
- Love, D. (2014). *Cosplay Composition. David Love Photography Design*. Reino Unido: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Maker Fishmeal. (s.f.). Inicio [Canal de Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCC-QAE2Xbg2ZttUhawZJh8Cg/videos>
- Medina, F. (2022). *+20 ejemplos de mascotas de marca que dejaron huella en el público*. Crehana. Recuperado de: <https://www.crehana.com/es/blog/marketing-digital/mascotas-marcas/>

- Morales, P. (2015). Estudio de los imaginarios que se construyen a través del manga y anime en las culturas otaku y cosplay. (Trabajo de Fin de Grado, Universidad Central de Ecuador). Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/5058>
- Nadoolman, D. (2014). *Diseño de vestuario*. España: Blume.
- Odin Makes. (s.f.). Inicio [Canal de Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCQ0rE-bx-mi6Vl09ARe7qROW>
- Padilla, A. [Anthony Padilla]. (16 de abril, 2019). *I spent a day with PRO COSPLAYERS*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=iX2jixDULTE&ab_channel=AnthonyPadilla
- Paolo from Tokyo. (28 de septiembre, 2019). *Day in the life of a Typical Japanese Cosplay Worker*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=O82o15Asq54&ab_channel=Paolo-fromTOKYO
- Plunket (2014). *Where the word "cosplay" actually comes from*. Kotaku. Recuperado de: <https://kotaku.com/where-the-word-cosplay-actually-comes-from-1649177711>
- Puigcerver, N. F. (2016). *La flexibilidad en la arquitectura*. Mito | Revista Cultural. Recuperado de: <http://revis-tamito.com/la-flexibilidad-en-la-arquitectura/>
- Pushkareva, T. y Agaltsova, D. (2021). Cosplay Phenomenon: Archaic Forms and Updated Meanings. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, vol. 13, pp. 1-13. Recuperado de: <https://rupkatha.com/v13n326/>
- Quindt, S. (2014a). *The Book of Cosplay Painting. With Brushes and Acrylics*. Alemania
- Quindt, S. (2014b). *The Book of Prop Making. With Foam and Worbla*. Alemania
- Quindt, S. (2015a). *Advanced Cosplay Armor Making. Helmets and Pauldrons*. Alemania
- Quindt, S. (2015b). *Advanced Cosplay Prop Making. Creating Guns and rifles*. Alemania
- Quindt, S. (2015c). *The Book of Cosplay Armor Making. Worbla & Wonderflex*. Alemania
- Quindt, S. (2015d). *The Book of Cosplay Lights. Getting Started with LEDs*. Alemania
- Quindt, S. (2016a). *Advanced Cosplay Painting. Airbrush and Weathering*. Alemania.
- Quindt, S. (2016b). *The costume Making guide. Creating Armor & Props for Cosplay*. Estados Unidos: Impact Books.
- Quindt, S. (2017a). *Advanced Cosplay Lights. Animated LEDs*. Alemania
- Quindt, S. (2017b). *The Book of Cosplay Sewing. Starting at Zero*. Alemania
- Quindt, S. (2018a). *Getting started with Cosplay. A Beginner's Guide*. Alemania
- Quindt, S. (2018b). *The Book of Cosplay Photography. In Front and Behind the Camera*. Alemania
- Quindt, S. (2018c). *The Book of Foam Armor. Comfy & Affordable*. Alemania
- Quindt, S. (2019). *The Book of Foam Props. Lightweight & Affordable*. Alemania
- Quindt, S. (2020). *The Book of 3D Printing. Modeling, Finishing & More*. Alemania
- Quindt, S. (2021). *The Book of Cosplay Motivation. How to achieve your Goals*. Alemania

- Riaza, A. (2019). *Iris. Diseño y confección de vestuario fantástico que reacciona a la luz ultravioleta*. (Trabajo fin de grado, Universitat Politècnica de València). Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/131194>
- Rodas, D. (2018). Entrevista con Byron Fajardo, cosplayer de la ciudad de Cuenca, Ecuador, encontrado en *Diseño de vestuario cosplay desde la correspondencia entre la funcionalidad y la representación. Aplicación de criterios de diseño con respecto a la forma, materiales y tecnologías*. (Trabajo fin de grado, Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9235>
- Rodas, D. (2019). *Diseño de vestuario cosplay desde la correspondencia entre la funcionalidad y la representación. Aplicación de criterios de diseño con respecto a la forma, materiales y tecnologías*. (Trabajo fin de grado, Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9235>
- Savage, A. [TED]. (23 de agosto, 2016). *My love letter to cosplay*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=cXbXNV9-ZAg&ab_channel=TED
- Sierra, D. (2021). *Problemas legales del cosplay*. Videojuegos.Enriqueortegaburgos. Recuperado de: <https://videojuegos.enriqueortegaburgos.com/problemas-legales-del-cosplay/>
- Simone, G. (2017). *Tokyo Geek's Guide Manga, Anime, Gaming, Cosplay, Toys, Idols, More - The Ultimate Guide to Japan's Otaku culture*. Estados Unidos: Tuttle Publishing.
- Sitios flexibles: cómo diseñar el espacio físico del aula*. (2018). EDUforics. Recuperado de: <https://www.eduforics.com/es/sitios-flexibles-disenar-espacio-fisico-del-aula/>
- SKSProps. (s.f.). Inicio [Canal de Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/c/SKSProps>
- Soto, O. (2016) *Proceso creativo para realizar mascotas empresariales*. Mbestudio. Recuperado de: <https://mbestudio.com/2016/12/proceso-creativo-realizar-mascotas-empresariales/>
- Tami (2016). *¿Prácticas el “DisneyBounding”?* Disneygeeks. Recuperado de: <https://disneygeeks.es/que-es-disneybound/>
- Taratuto, P. (2017). *Diseño de Vestuario: creación de personajes*. (Buenos Aires: Universidad de Palermo) https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=695&id_articulo=14810
- Tezuka Architects. (s. f.). *Fuji Kindergarten | Educational Buildings*. Tezuka-arch. Recuperado de: <http://www.tezuka-arch.com/english/works/education/fujiyochien/>
- Torti, Y. (2018). *Cosplay: Origen y comunidades virtuales*. *Revista Luciérnaga - Comunicación*, vol. 10, pp. 4 - 13. Recuperado de: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n22a6>
- Unwin, T. (2005). *Jules Verne: Journeys in Writing*. Reino Unido: Liverpool University Press
- Volcarona (s.f.). Wikidex. Recuperado de: <https://www.wikidex.net/wiki/Volcarona>
- Winge T. M. (2019). *Costuming Cosplay. Dressing the Imagination*. Reino Unido: Bloomsbury Publishing.
- Zhang, K. [Proko]. (21 de enero, 2021) *Level Up Your Character Design with Knight Zhang*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=CjiKLE3Nul&ab_channel=Proko
- Zimbardo, P. (2007). *El efecto lucifer. El porqué de la maldad*. España: Paidós.

Índice de figuras

- Fig. 1. Persona vestida como Mr. Skygack, de la historieta Mr. Skygack from Mars (1907 -1940) del humorista A. D. Condo [Ilustración]. Recuperado de: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masquerade_attendee_dressed_as_%22Mister_Skygack,_from_Mars%22_\(1912\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masquerade_attendee_dressed_as_%22Mister_Skygack,_from_Mars%22_(1912).jpg)
- Fig. 2. Morojo (der.) y Forrest J. Ackerman (izq.) vestidos con los *futuristicostumes* en la Worldcon de 1939 [Fotografía]. Recuperado de: <https://en.wikipedia.org/wiki/File:MorojoAND4SJ.jpg>
- Fig. 3. *La vida futura (Things to Come, 1936)* de H. G. Wells. [Fotograma]. Recuperado de: https://www.flickr.com/photos/x-ray_delta_one/9375852226
- Fig. 4. Nobuyuki Takahashi (1957) [Fotografía]. Recuperado de: <https://m.imdb.com/name/nm2582424/me-diaviewer/rm3988189185/?context=default>
- Fig. 5. Público asistente a una de las primeras Comiket. [Fotografía]. Recuperado de: <https://pagelagi.com/comiket-everything-you-need-to-know-about-japans-anime-comiccon/>
- Fig. 6. Distintos cosplayers caracterizados de personajes de distintos medios.[Fotografía]. Recuperado de: <https://japandaily.jp/playing-dress-up-is-not-just-for-kids-602/>
- Fig. 7. Personaje popular Sailor Bubba. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/fuzzysquid/11570303>
- Fig. 8. La cuenta de instagram Lonelyman (@lowcostcosplayth) demuestra, con gran humor, cómo, a través de elementos claves, se puede reconocer a un personaje. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Cl-p-AwDQfM/?hl=es>
- Fig. 9. Telas estampadas con distintos motivos de personajes de anime.[Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/raaulfer/status/1496209557281988610?t=IJHbHPE1HwuppnBIMaNXLg&s>
- Fig. 10. Uso que se le puede dar a un disfraz cómo *statement*. [Fotografía]. Recuperado de: <https://es.sports.yahoo.com/fotos/personas-discapacidad-muestran-creativos-disfraces-slideshow-wp->
- Fig. 11. Dos cosplayers con el traje de Harley Quinn, de DC Comics, interactuando. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/andyi/15420067129/>
- Fig. 12. y 13. Dos cosplayers aprovechando su propia forma física para caracterizarse como Fiona, de la película *Shrek Forever After* (2010); y Arataki Itto, del videojuego *Genshin Impact* (2020), respectivamente.[Fotografías]. Recuperado de: https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:C2E2_2014_-_Fiona_%2814085098529%29.jpg y https://twitter.com/Grayson_Fin/status/1539255551288397825
- Fig. 14. Sabrina Cruz Castro con una prótesis monocular que reduce considerablemente su campo de visión, realizando cosplay de Leela, de la serie de animación *Futurama* (1999-2013). [Fotografía]. Recuperado de: <https://imgur.com/gallery/7pLPw/>
- Fig. 15. Thomas Depetrillo dentro de su disfraz de cerca de 45 kilos de Hulkbuster, de la película *Los Vengadores: La Era de Ultrón* (2015).[Fotografía]. Recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3270299/The-best-Comic-costume-time-Amazing-9-5ft-Hulkbuster-suit-took-1-600-hours-build-flash-green-lasers-eyes.html>
- Fig. 16. Las hermanas MacDonough en su disfraz conjunto de Ogre Magi, personaje del videojuego *Dota 2* (2013).[Fotografía]. Recuperado de: <https://www.styrogirls.com/work/ogre-magi/>

- Fig. 17. KamuiCosplay mostrando las distintas fases a la hora de realizar con goma EVA, uno de los materiales más empleados, la Máscara de Majora, de la franquicia de videojuegos *The Legend Of Zelda*. [Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/Kamui-Cosplay/status/1499760146838433802>
- Fig. 18. Uno de los trajes que ha realizado el cosplayer Dan Cattell con cartón, logrando un efecto bidimensional pixelado propio de los primeros videojuegos. [Fotografía]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=D4zTjApqdB4&ab_channel=DanCattellArt
- Fig. 19. Esquema a de las relaciones de la práctica del cosplay. [Gráfico]. Propia creación
- Fig. 20. Distintas personas realizando un cosplay grupal como los personajes del videojuego Nu: Carnival (2021). [Fotografía]. Recuperado de: https://twitter.com/YasashiHaru_cos/status/1537050461869682688
- Fig. 21. Distintos integrantes del grupo de cosplay online de twitter, Kitty Section, de la serie de animación *Miraculous: las aventuras de Ladybug* (2015 - en emisión). [Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/ml-kittysection/status/1420432611147587591>
- Fig. 22. Público asistene en 2017 al concurso de cosplay durante la Summer-Con de la Tenerife Lan Party (TLP), Santa Cruz de Tenerife. [Fotografía]. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gradas_del_concurso_de_Cosplay_TLP_Tenerife_2017.jpg
- Fig. 23 y 24. Momentos que reflejan las dos versiones de la relación de la fotografía y el cosplay. Arriba, una situación desenfadada; abajo, una situación que roza la cosificación. [Fotografías]. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Photographer_and_Cosplayer_of_Nagisa_Shio-ta_in_FF25_20150201.jpg y <https://www.flickr.com/photos/hikarukazushime/7835090234/in/album-72157631185112208/>
- Fig. 25. Pequeño ejemplo de la relación del cosplay y la tecnología. En este caso, es una prueba de una armadura impresa a tres colores combinando filamentos. [Fotografía]. Recuperado de: https://twitter.com/Alby_martin/status/1459547793148760065?t=0XZ6ojZPGP7rMZJ31o1vXA&s=08
- Fig. 26. El usuario @Jeremythetea ha ganado popularidad por su uso continuo del *Disney Bounding* en los parques temáticos de la propia franquicia. [Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/JeremyTheTea/status/1386337739709325315>
- Fig. 27. El usuario @_alexandra.louise_ consigue aunar moda, cosplay y la práctica de Princessing con sus creaciones que muestra en redes sociales. Pero también demuestra la relación con la tecnología como con este traje que cambia de color, inspirado en Aurora, de *La Bella Durmiente* (1959). Pinchando la imagen se puede acceder a el correspondiente vídeo dónde se aprecia este efecto. [Fotografía]. Recuperado de: https://www.tiktok.com/@_alexandra.louise/video/7105965483194633514?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1
- Fig. 28. Tira cómica en la que se muestra al personaje de Spider-man, de Marvel, haciendo o reparando su máscara. [Ilustración]. Recuperado de: <https://qr.ae/pvoidO>
- Fig. 29. Cosplayers vestidos de Spider-man, Miles Morales y Deadpool, todos personajes de Marvel. [Fotografía]. Recuperado de: <https://pixabay.com/ru/photos>
- Fig. 30. Personajes de la serie *The Big Bang Theory* (2007-2019) disfrazados como los componentes de la Liga de la Justicia de DC Comics. [Fotograma]. Recuperado de: <https://www.funidelia.es/blog/disfraces-de-series/disfraces-big-bang-theory/>
- Fig. 31. Proceso de transformación de la cosplayer Kamui Cosplay en Aloy, personaje de *Horizon Zero Dawn* (2017). [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.kamucosplay.com/2017/09/15/aloy/>

- Fig. 32.** El cosplayer Gehe luciendo un cosplay del personaje de Zagreus, del videojuego *Hades* (2018). [Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/IreneKuroi/status/1503825863388897280>
- Fig. 33.** Hakken luciendo un cosplay del personaje de Zhongli, del videojuego *Genshin Impact* (2020). [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CV9kCjgPOBE/?hl=es>
- Fig. 34.** Versión *gender-bend* del personaje de Pamela Lillian Isley, mejor conocida como Hiedra Venenosa de DC Cómics. [Fotografía]. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Anime_Expo_2015_-_Poison_Ivy_%2820111202551%29.jpg
- Fig. 35.** Disfraz que entra en la categoría de kigurumi, en este caso del personaje de Pluto, de la franquicia Disney. [Fotografía]. Recuperado de: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dlg8InAW4AEhdIB.jpg>
- Fig. 36.** Animegaos de Cirno y Mokou, personajes de la franquicia de videojuegos *Touhou Project* (東方Project *Tōhō Purojekuto*). [Fotografía]. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Animegao_cosplayers_of_Cirno_and_Mokou_20190616b.jpg
- Fig. 37.** Gijinka de Totoro, de la película de Studio Ghibli *Mi vecino Totoro* (1988, *となりのトトロ* *Tonari no Totoro*) [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.cosxpo.com/2017/08/06/gijinka-cosplay/>
- Fig. 38.** Tres personas llevando un *fursuit*. [Fotografía]. Recuperado de: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Three_furry_friends_3_\(FWA_2015\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Three_furry_friends_3_(FWA_2015).jpg)
- Fig. 39.** Mecha de la franquicia de series animadas *Gundam*. [Fotografía]. Recuperado de: https://www.flickr.com/photos/o_0/9493115626
- Fig. 40.** Versión steampunk de los personajes de Elsa y Anna, de la película de Disney *Frozen* (2013). [Fotografía]. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:SDCC_15_-_Steampunk_Elsa_and_Anna_%2819772560489%29.jpg
- Fig. 41.** McThor, combinación de los personajes Ronal McDonald, mascota de la cadena de comida rápida McDonald's, y Thor, del universo cinematográfico de Marvel. Idea original de Brandon Isaacson. [Fotografía]. Recuperado de: <https://charleechay.wordpress.com/2017/08/16/sfcc-2016-mcthor/>
- Fig. 42.** Cosplay realizado como promoción para el corto *The Gate, Nothing is Coming* (2019), de Kevin Huckabee. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.indiegogo.com/projects/the-gate-nothing-is-coming-proof-of-concept-film#/>
- Fig. 43.** Cartel de Cosplay is not consent (El cosplay no es consentimiento). Motivo empleado empleado desde la subcultura para promover el respeto y recordar que los cosplayers siguen siendo personas. [Fotografía]. Recuperado de: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:NVCC_2014_-_Cosplay_is_not_consent_sign_\(15497366371\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:NVCC_2014_-_Cosplay_is_not_consent_sign_(15497366371).jpg)
- Fig. 44.** Ejemplo de un caso en el que el cosplay que puede recibir críticas al no ser fiel a la fuente de origen. [Fotografía]. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Scarlet_Witch_%2814505677065%29.jpg
- Fig. 45.** Disposición y afluencia de parte de la planta baja del Recinto Ferial de Santa Cruz de Tenerife durante la Summer-Con de la Tenerife Lan Party en 2019. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/TLPTenerife/photos/a.10156779994687607/10156780121672607>
- Fig. 46.** Disposición y público asistente a la Tecnocon mientras se esperaba al comienzo de los actos. [Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/TecnoconES/status/1459989851730755594>
- Fig. 47.** Disposición y público asistente a la Tecnocon mientras se esperaba al comienzo de los actos desde otra perspectiva. [Fotografía]. Recuperado de: <https://twitter.com/TecnoconES/status/1459564129304334338>

- Fig. 48, 49 y 50. Gráficas con los resultados en porcentajes a las tres últimas preguntas de la encuesta. [Gráficos]. Propia creación:
- Fig. 51. Verónica Fortes caracterizada con *body painting* como el Titán Hembra del manga y anime Ataque a los Titanes (2009 -2021; Shingeki no Kyojin 進撃の巨人) durante la CGS. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CXjgpUntitp/>
- Fig. 52. Cronograma. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 53. *Brainstorming* realizado para el *naming*. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 54. Propuestas gráficas para el desarrollo del icono. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 55. Imagotipo en su forma principal. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 56 y 57. Versiones secundarias y reducidas del imagotipo. [Gráficos]. Propia creación:
- Fig. 58. Color corporativo y matices al 75%, 50% y 25% de tinta. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 59. Proceso de construcción del motivo para los distintos patrones. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 60. Paleta cromática complementaria. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 61. Distintos iconos que se han desarrollado para la señalética. [Gráfico]. Propia creación:
- Fig. 62. Versión final de la mascota junto alguno de los bocetos realizados. [Ilustración]. Propia creación:
- Fig. 62. Vista lateral y frontal de la mascota. [Ilustración]. Propia creación:
- Fig. 63. Ficha de expresiones faciales de la mascota. [Ilustración]. Propia creación:
- Fig. 64. Pruebas de colores alternativos. [Ilustración]. Propia creación:
- Fig. 65. Buzón de sugerencias y algunas propuestas solicitadas durante el mercadillo. [Fotografía]. Propia creación:
- Fig. 66, 67 y 68. Ejemplos de cartelería aprovechando la mascota y varios personajes, en este caso del manga y anime Haikyuu (2012 -2020). [Ilustraciones]. Propia creación:
- Fig. 69. Ejemplos de cartelería aprovechando la mascota y varios personajes, del manga y anime Noragami (2010 - presente). [Ilustración]. Propia creación:
- Fig. 70. Modelo esquemático de la mascota para comprobar como se desarrolla en un entorno de animación. [Ilustración]. Propia creación:
- Fig. 71 a la 78. Personajes finales realizados para la animación [Ilustraciones]. Propia creación:
- Fig. 79. Primer *storyboard* realizado en papel [Fotografía]. Propia creación:
- Fig. 80. Fotograma del vídeo final, pinchando sobre el mismo se puede acceder a su visualización. Propia creación. Música: Cummins, J.; Farang, A.; Myers, K. (2022). Chasing the Dragons [Música]. En Biblioteca de audio de YouTube. Grabadora. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=8KG62sxa_wl&ab_channel=NoCopyrightAudioLibrary
- Fig. 81, 82 y 83. Fotografías de los resultados de las guías-kit, con sus correspondientes cajas y los elementos complementarios. [Fotografías]. Propia creación:
- Fig. 84. *Sprite* oficial de Volcarona. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.wikidex.net/wiki/Volcarona>
- Fig. 85 y 86. *Sprites* delantero y trasero de Volcarona mostrados en el anime Viajes Pokémon (episodio

1169; 2019 - en emisión). [Fotogramas]. Recuperado de: <https://www.wikidex.net/wiki/Categor%C3%ADa:Volcarona>

Fig. 87. Mural de Volcarona mostrados en el anime Viajes Pokémon (episodio 1169; 2019 - en emisión). [Fotograma]. Recuperado de: <https://www.wikidex.net/wiki/Categor%C3%ADa:Volcarona>

Fig. 88. *Concept art* del cosplay *gijinka*. [Ilustración]. Propia creación.

Fig. 89. Ropa empleada para el cosplay. [Fotocomposición]. Propia creación.

Fig. 90. Bastón. [Fotografía]. Propia creación.

Fig. 91. Cuernos. [Fotografía]. Propia creación.

Fig. 92. Detalles de los cuernos en luz UV. [Fotografía]. Propia creación.

Fig. 93. Barranco de Palo Blanco. [Fotografía]. Propia creación.

Fig. 94 a la 99. Resultado de la sesión de fotos. [Ediciones fotográficas]. Propia creación.

Fig. 100. Cosplay al completo. [Fotografía]. Propia creación.

Fig. 101 a la 127. Ejemplo de *story*. [Fotocomposición]. Propia creación.

Fig. 128. Ejemplo de cartelería. [Fotocomposición]. Propia creación.

Índice de mockups

Bolígrafo. Creación propia.

Bolsa de papel. Recuperado de: <https://unblast.com/free-shopping-bag-mockup-psd/>

Bolsa de tela. Recuperado de: <https://www.pixpine.com/product/free-canvas-bag-mockup/>

Caja de cartón <https://dealjumbo.com/downloads/7-free-paper-box-mockups/ref/214/>

Carpeta. Recuperado de: <https://mockups-design.com/free-presentation-folder-mockup/>

Chapas. Recuperado de: <https://mockups-design.com/free-pin-button-mockup/pins>

Coche. Recuperado de: <https://www.graphicsegg.com/car-mockup-free-psd/>

Colgador. Recuperado de: <https://www.graphicpear.com/simple-lanyard-mockup/>

Delantal. Recuperado de: <https://graphicburger.com/apron-mockup-psd/>

Estuche de maquillaje. Recuperado de: <https://mockup-den.com/free-makeup-bag-mockup-psd-template/>

Furgoneta. Recuperado de: <https://graphicburger.com/van-mockup-psd-6-angles/>

Historia de instagram. Recuperado de: https://www.behance.net/gallery/71704311/FREE-Instagram-Stories-Mockup-2018?locale=es_ES

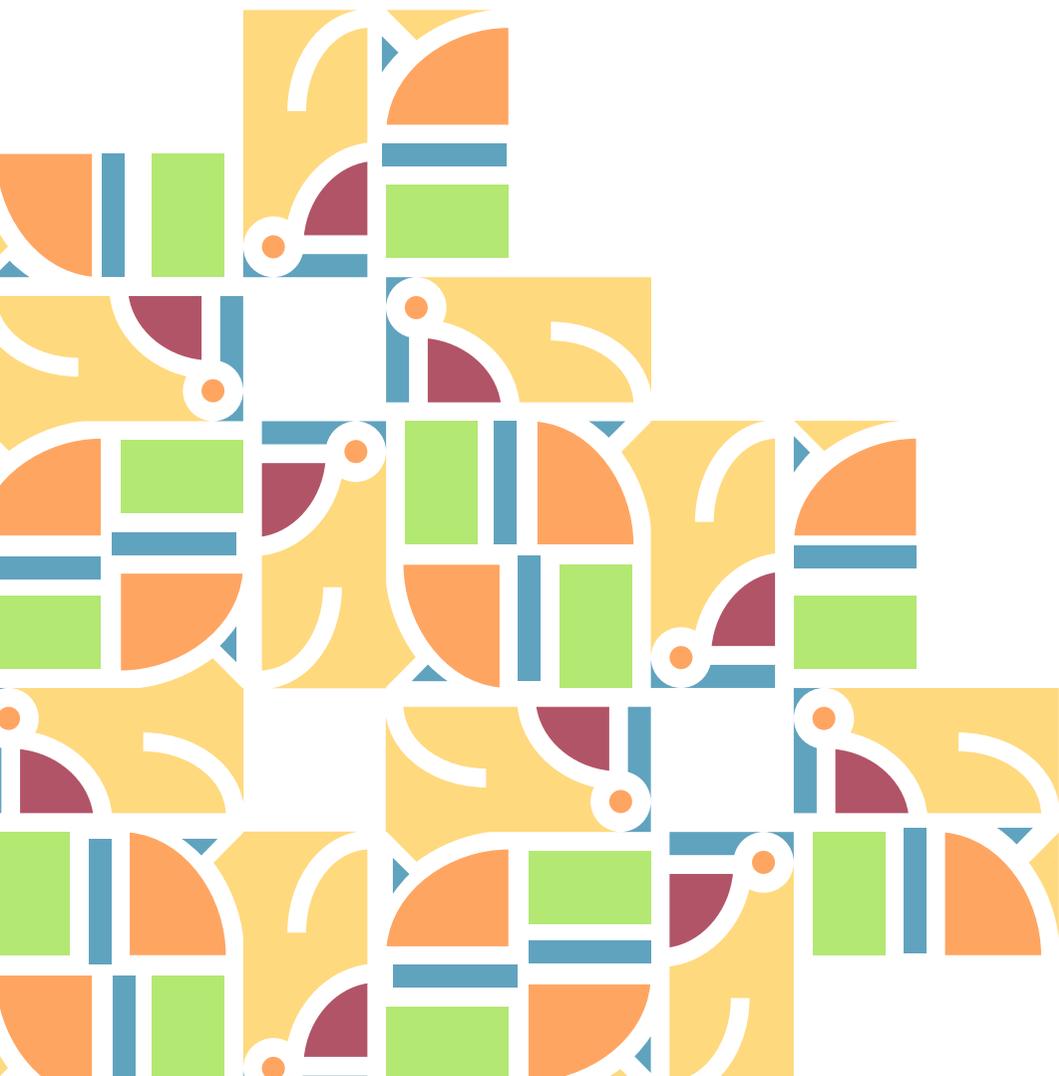
Identificador de dirección interior. Recuperado de: <https://www.pixpine.com/product/free-wall-wayfinding-signage-mockup/>

Libreta. Recuperado de: <https://mockups-design.com/free-notebook-mockup/>

Muro con carteles. Recuperado de: <https://pixelbuddha.net/mockups/free-brick-wall-posters-mockup?ref=NJ82md6> Pegatinas. Recuperado de: <https://psdrepo.com/free-psd/sticker-mockup-freebie/>

Papel envoltente con caja. Recuperado de: <https://www.pixpine.com/product/free-wrapping-tissue-paper-with-box-mockup/>

Sudadera. Recuperado de: <https://graphicburger.com/hoodie-mockup-psd-2/>



Cosplace. Proyecto de promoción del cosplay y sus beneficios

Trabajo de Fin de Grado.

Memoria de Proyecto.

Alumno: Aday Bethencourt Zamora

Tutor académico: Dr. Francisco Javier Torres Franquis.

Grado en Diseño - ULL

Curso académico: 2021-2022