

UN RECUEIL D'ACCESSOIRES COSPLAY JUVENILE

Un recueil d'accessoires cosplay juvénile

Lizeth Andrea BOHORQUEZ BOHORQUEZ

Présenté en vue d'obtenir

LE DIPLOME DE PROFESSIONNEL EN LANGUES MODERNES

Sous la direction de :

Angelica CASALLAS

Programme professionnel en langues modernes

Université ECCI

Bogota, Colombie

juliet, 2016

Résumé

L'élection du sujet est l'un des plus éminents dans ce moment de ma vie, je suis cosplayer et je dessine cosplay, en plus de le travailler et en plus de confectionner pendant quelques années le produit qui est dessiné et il naît à partir des bonnets déjà existants avec les sacs dessinés de ces motifs qui sont : une manga, anime, un vidéo jeux, des séries de télévision, comics l'idée surgit, parce que ne me plaisent pas les bonnets parce qu'ajuster et ils arrivent à tu incommodes pour quelques personnes, cependant c'est un produit très utile à l'heure de beaucoup de ces accessoires n'avoir pas de froid, cependant, ils n'ont pas de dessins ils sont très neutres. Grâce à en faisant de la recherche sur le sujet je me rendais compte de que ce produit non arrivé massivement à France et à la région de Banlieue Parisienne qui selon des investigations est un lieu où ils arriveraient à utiliser ce produit, parce que dans ce lieu ils sont plus ouverts à la mode, on essaie d'introduire à Paris, cependant une donnée curieuse est générée, les personnes sont très classiques et on croit que peu ils utiliseraient cette classe de produit, que ce complémentaire aux adolescentes entre 14 et 20 ans et additionnelle ment s'il arrive au pays, l'usage du même est seulement dans des événements spéciaux connus dans Colombie avec le nom d'événements cosplay, après avoir impliqué plus de certaines, ils se présentent font et connaissent de ce produit ce qui le rend criard par que beaucoup de motifs attirent l'attention, cependant il y a beaucoup de magasins par Internet qui offrent ce style de vêtements. Nous savons que dans Francia y a des personnes qui se consacrent au cosplay, au moyen d'un blog (arigato) où ils présentent un cosplayer français dans un autre pays, cela signifie qu'il y a des événements avec concours et les gens qui se réunissent à claire que des représentants ne trouvent pas seulement de cours spécifiques cosplayers dans Francia, ce résultat est déduit. Ayant en compte toutes ces données, il emporte, LA CAPOTE COSPLAY comme produit qui abrite dans des saisons d'automne, d'hiver manteaux et l'été, de

printemps comme un accessoire pour utilise dans tout moment sans nécessité que là-bas un événement cosplay.

Mots clés: cosplay, manga, anime, neuromarketing

Table de matières

CHAPITRE 1	5
Introduction.....	5
Introduction à l'étude	5
Énoncé du problème	7
Justification de l'importance de problème	8
Question de recherche et objectifs	9
Objectif	9
CHAPITRE 2	11
Cadre théorique et état de l'art	11
Introduction au chapitre	11
Cadre théorique.....	11
Cosplay	11
Fanatisme	12
Un accessoire de manteau.....	12
Neuromarketing	12
État de l'art	12
CHAPITRE 3	14
Conception de la recherche.....	14
Introduction au chapitre	14
Type d'étude	14
Contexte	14
Participants.....	15
Instruments de collecte de données.....	15

CHAPITRE 4 16

Conclusions 16

 Introduction au chapitre 16

 Comparaison de votre travail de recherche avec les études précédentes 16

 Importance de votre travail de recherche 16

 Limites de l'étude 16

 Projections de la recherche 16

Références 17

CHAPITRE 1

Introduction

Introduction à l'étude

Le terme Cosplay a des commencements dans les mots Costume (un déguisement) et play (jouer). Comme la contraction indique, le Cosplay rapporte à se déguiser en personnages (en général d'une fiction) avec l'objectif de représenter des scènes particulières ou d'assister aux conventions où une multitude de cosplayers assistent. (Ingeniero geek, 2013).

Le cosplayer assume le fait d'habiller une mode représentative principalement pour se considérer comme fan des certains jeux vidéo, de films, de livres, comics, anime ou des manga. Parfois ils utilisent un déguisement, les costumes et les accessoires caractéristiques de l'idée / personnage qu'ils cherchent à représenter. Existente cosplayers qui s'habillent de ses protagonistes favoris pour l'amusement et aussi qui le font professionnellement comme la forme de gagner la vie. (Ingeniero geek, 2013).

C'est commun voir ce type de fanatiques par les conventions de comics et en conversant avec d'autres cosplayers pour mettre en action une scène en particulier de sa fiction favorite. (Ingeniero geek, 2013).

Ce phénomène a envahi à quelques pays entre ceux-ci l'Uruguay, le lieu où l'un des événements a réalisé la quatorzième édition frikis plus importants de ce pays, le Montevideo Comics, l'Auditorium National du Sodre "Adela Reta", et pour la première fois, dans l'Auditorium Nelly Goitiño. .(montevideocomics,s.d).

L'échantillon dont cette convention annuelle grandit chaque année depuis ses commencements en 2002, quand il a commencé comme une petite foire destinée à provoquer le comic dans le pays. Ceux-ci il montre comment il a grandi dès l'année 2002 à 2016, en

Colombie, Bogotá est arrivée en 2007 et il a grandi de la même manière, les vêtements cosplay et les accessoires ont pris une force et une impulsion dans ces années.

Bien que le fort point de la convention ont été les cómics, parce que dans ces années le genre manga et l'anime était peu connu, avec le temps d'autres propositions se sont ajoutées. On fait des conférences, des présentations d'artistes, des ateliers d'animation, il y a des stands de vente de tout le mis en rapport au monde du cómic (montevideocomics, 2016). Dans le stand nous pouvons trouver les vêtements cosplay et des accessoires les motifs sont basés ou réalisés à partir des séries en général, puisque les personnes veulent habiller ou utiliser des accessoires de ses personnages favoris. National et international, sans oublier la manga et l'anime. (montevideocomics. , 2016).

Les exportations qui existent de la Colombie à Paris ou à une union européenne a commencé avec une grande impulsion et plus avec vêtements ou matériels parce que la Colombie manie les bons standards à qualité qui plaît aux français et ils paient le prix s'ils savent qu'il est d'une qualité, en France il y a des mères travailleuses une dépense additionnelle le génère en ce qui concerne des objets de vêtements et des accessoires, le marché potentiel pour les exportateurs est des maillots de bain, des sous-vêtements par ses matériels et durée. Cependant, les consommateurs français cherchent une exclusivité, des dessins dans ses produits choisissent ou plaisent beaucoup de matériels faits de coton ou organiques, parce qu'il a une facilité de lavage et ils ne déteignent pas, ni rétrécissent.(Pro la Colombie, 2012)

La signature de l'Accord commercial avec l'Union Européenne, le 26 juin 2012, a des exportateurs d'objets de vêtements, particulièrement à ceux de maillots de bain et à sous-vêtements.

Avant l'accès préférentiel à plus de 500 millions de consommateurs européens des 27 pays qui composent le bloc commercial le plus important du monde, les entrepreneurs colombiens assurent avoir maintenant une plus grande sécurité pour dilater ses affaires dans le Vieux Continent. (Pro la Colombie, 2012).

L'objectif est de profiter de l'occasion d'affaire, en tenant en compte ces références du consommateur français et notre produit aura une bonne reconnaissance et une bonne vente parce qu'il remplit la majorité des aspects que les français cherchent, PROCOLOMBIA appuie des entreprises colombiennes pour communiquer dans Mode City, Interfilere à Paris, à Paris Expo, le Port de Versailles, où se réalisent des foires de toute espèce de vêtements. (Pro la Colombie, 2012).

Énoncé du problème

Crée un produit avec le nom, UNE CAPOTE COSPLAY la capote sera dessinée par différents motifs de jeux vidéo, de films, de livres, comics, anime ou des mangas entre autres qu'il est à la mode.

De plus, il à tous les aspects qu'il cherche des consommateurs français il a bons matériels, personnalisé et des dessins uniques ou inspirés des séries de héros super, anime, comics et une manga. En profitant qui dans cette saison automne et hiver, place très à la mode les séries de héros super et le produit UNE CAPOTE COSPLAY est inspirée dans ces sujets, ils ajoutent aussi une exclusivité et un dessin à lui une choisie par le consommateur.

La France a été choisie, vous accouchez pour être un pays qui a toutes les saisons et on veut arriver à l'hiver et à l'automne, parce que c'est un élément important à l'heure d'habiller de plus il est très utile parce qu'il a une fonctionnalité est la capote d'un sac unie à un cache-nez pour utiliser un vêtement quand il fait beaucoup froid.

À une comparaison, Bogotá trouve un magasin MONSTER très fameux, qui dans ses réseaux sociaux est défini comme “Nous Sommes une marque de vêtements juvéniles qui réussissent à transmettre à son public ses goûts et style de vie, l'authenticité nous caractérise influencé par des personnages comics et d'une terreur. ” c'est l'une des marques les plus influentes de Bogotá dans des vêtements juvéniles. Le produit que l'on veut créer référencé à ce lieu, par tout son recueil de vêtements. C'était l'un des lieux où nous pouvons voir que ce type de vêtements est reconnu à Bogotá.

Il y a des pages où une vente en Europe sur ces produits. Cependant, un lieu spécifique ne s'est pas trouvé à Paris, c'est le lieu que nous voulons porter ce produit. Nous savons qu'en France, vous accouchez un supermarché où ils offrent des aliments, des appareils électroménagers, des vêtements entre les autres. Ce qu'il nous importe dans ce cas est les vêtements puisqu'il a une grande affluence de consommateurs et nous pouvons arriver à une toute espèce de consommateur comme parents de famille et adolescent en cette raison se croit avoir de grandes ventes envers ce produit parce que nous avons les aspects qu'il nous fait différencier entre d'autres vêtements pareils à celle que nous voulons offrir.

Justification de l'importance de problème

Étant donné que c'est France, à Paris il est considéré que l'une des capitales de la mode avec notre produit UNE CAPOTE COSPLAY nous cherchons à arriver aux consommateurs, de plus à satisfaire sa nécessité de manteau, preste une grande occasion de ventes, on veut être témoin et réaliser une incursion des aspects pour générer une nouvelle tendance du monde de la mode avec les vêtements innovateurs qui accomplissent avec les conditions des consommateurs français dans des stations un hiver et un automne.

La culture cosplayers ne fait pas d'usage quotidien de ses vêtements parce que celles-ci sont seulement utilisées pour des événements et des conventions, cependant plusieurs des personnes qui assistent à des événements de ce type considèrent faire cosplay très coûteux et ils n'arrivent pas à couvrir la dépense totale d'un costume, en cette raison nous créons un produit d'usage quotidien où le consommateur peut l'acquérir à un coût plus accessible, en plus d'étrener des vêtements de ses personnages favoris, ils satisfont sa nécessité de manteau.

Un pays comme la France vous accouchez il a les 4 saisons un hiver, un automne, été et un printemps. Chaque station a une durée de trois mois et d'où nous avons un prospectus de générer de bonnes ventes dans 6 mois, parce qu'une nécessité primaire est satisfaite comme le fait de se couvrir avec style, cependant nous avons 6 mois additionnez-les pour générer des ventes par mode, parce que dans ces stations, elle n'est pas satisfaite, la nécessité du manteau à cause duquel il n'est pas nécessaire, c'est pourquoi les consommateurs acquièrent le produit par tendance.

Question de recherche et objectifs

Question

Comme générer la commercialisation du produit CAPOTE COSPLAY en la région Banlieue Parisienne?

Objectif

Objectif général

- Générer la consommation UNE CAPOTE COSPLAY comme un article de la première nécessité dans la saison d'hiver et en automne, avec style.

Objectifs spécifiques

- Créer une annonce qui montre un défilé, pour faire connaître massivement les capotes comme vêtements exclusifs.
- Positionner UNE CAPOTE COSPLAY comme un article de style.

CHAPITRE 2

Cadre théorique et état de l'art

Introduction au chapitre

Ce chapitre aborder les concepts surgissent autour du sujet de recherche, ils sont importants dans le processus de la réalisation, parce qu'ils nous donnent l'occasion de générer une référence de tout le produit créé et il donne de très bonnes clés pour comprendre mieux le projet parce que ce sont des termes spécifiques sur la raison du produit.

Cadre théorique

Cosplay

C'est l'un des concepts les plus importants pour ce projet parce que le produit a été dessiné sur ce sujet et en grande partie du monde elle est connue, attire l'attention du même nom, de forme et de dessin. L'idée de jouer avec nos personnages favoris et de mettre en action des scènes des séries fait qu'il prend la vie et génère différent style de vie. «Le terme «Cosplay » provient des mots en anglais « Costume » et « Play », qui dans sa traduction en espagnol veut dire Jeu de déguisement ». Ce terme a été employé pour la première fois par Nobuyuki Takahashi entre les années 1983 et 1984 dans une série de publications réalisées dans la revue My Anime, après sa visite à la convention mondiale de science-fiction (WorldCom) en 1983. Les jeunes hommes qui réalisent cette activité reçoivent le nom de cosplayers, et des personnages incarnent à un ou plusieurs d'un une manga, un livre anime, un film, cómic, un jeu vidéo et même des chanteurs ou des groupes musicaux, pareils l'étude le raconte « Cosplay et d'autres tribus urbaines ». (Andrada, E. G. , et du Gándara Martín, J. 2010). » (un documentaire sur cosplay au Guayaquil, 2015) Est l'une des raisons, par laquelle le produit porte ce nom.

Fanatisme

Ce concept est tenu en compte parce que le cosplay génère un fanatisme à des séries de télévision, anime et une manga. De plus il génère une sécurité chez la personne, arrive au point d'être un style de vie pour les personnes qui le réalisent comme un hobby ou un travail. « Le fanatisme est sans doute l'un des plus grands dangers avec lesquels se sont trouvées toutes les sociétés, y compris l'actuelle. Du fanatisme religieux et politique au sport, le fanatisme a su mobiliser les passions et les instincts plus profonds des individus. » (concepto.de/fanatismo. s.d).

Un accessoire de manteau

Le concept est important pour mon travail parce qu'il donne une utilité au produit qui est réalisé dans ce projet, le Vêtement s'utilisera à couvrir du froid en ajoutant un style à la toilette. « Du latin apricus, un manteau est une défense contre le froid. Dans son acception la plus usuelle, le mot est utilisé pour se référer à l'objet de vêtements qui se met sur les autres et sert à abriter. » (Definición de abrigo 2009.)

Neuromarketing

C'est l'occasion de rentrer ou d'introduire un nouveau concept ou un produit pour générer l'achat impulsif au produit sur lequel on fait une promotion. C'est une occasion d'utiliser des technologies pour l'investigation du marketing avec l'objectif de faire du bien entre une offre de produits, de désirs ou des nécessités des consommateurs. (Neuromarketing: Technologies, Market and Challenges.2011)

État de l'art

Le cosplay dans le monde entier est très présent dans la population juvénile, par les caractéristiques qu'il offre une interaction avec les produits faits une promotion. La grande production de vêtements qu'il y a avec motifs de séries de télévision une manga, anime, comic

entre les autres il a fait que ce type de style se considère comme une culture entre les jeunes hommes. Ce style à fortifié avec une grande importance dans tout le monde parce que dans chaque pays il y a des événements et au moyen de ceux-ci ils créent des événements internationaux sur le cosplay.

En Colombie, Bogotá, se trouve la grande variété de ce style de vêtements qui ont accueilli une grande partie de la population juvénile, elle n'est pas appelée proprement comme vêtements cosplay. Cependant, il a des timbres caractéristiques des séries vues par les jeunes hommes pour l'anime, la manga, comics entre les autres.(monsterstore.s.d)

Cependant, il y a beaucoup d'auteurs, de quelques pays qui parlent du cosplay de comment la culture a progressivement grandi, l'un des pays qui grandi dans ce milieu (cosplay), manga et le vidéo jeux, est en Europe et de comment le Japon à influencé dans tout le monde avec le cosplay. (mangamania et cosplay,2005) Cette industrie est devenue plus populaire et d'une distraction au Japon. Par conséquent, c'est une culture et une tradition dans ce pays. (Popular mass entertainment in japan, 2013). De plus, ont provoqué et mobilisé une grande consommation dans ces produits comme vidéo des jeux, un achat de bandes dessinées, des costumes de vêtements, entre les autres, par conséquent, les japonais sont exportateurs de cette marchandise dans le monde entier. (user innovation and creative consumption in japanese culture industries, 2010). En plus que toutes ces personnes qui font cosplay ou sont dessinateurs de cosplay, génèrent des penchants à ce monde et il y a une surconsommation. (Adolescent Experiences with Animé/manga Doujinshi and Cosplay in Taiwan.2007)

CHAPITRE 3

Conception de la recherche

Introduction au chapitre

L'évolution du projet s'est heurtée contre la recherche du cosplay à Bogotá et dans tout le monde, et voir la consommation, le penchant et la commercialisation des produits offerts par ce type de culture, le projet a permis de travailler les aspects qui cherchent le français à l'heure d'habiller ou utiliser des accessoires de manteau.

Type d'étude

Est-ce que le type d'étude est descriptif, de pour récolter la plus grande information sur l'accessoire qui est dessiné pour offrir dans le pays, la France et encore plus dans la région banlieu parisienne qui est où la CAPOTE COSPLAY sera commercialisée au moyen de la description cherche de récolter toute l'information possible pour démontrer comment c'est le produit par conséquent, l'étude fonctionne il ne faut pas manipuler la récolte de données, et de cette façon répondre au problème du projet, à Comme générer le commercialisation du produit UNE CAPOTE COSPLAY dans le région Banlieue Parisienne ?

On enquête sur lui au moyen de PROCOLOMBIA quels sont les paramètres à l'heure d'utiliser des vêtements ou des accessoires pour les français dans la qualité et l'innovation du produit à offrir et au moyen de bolgs, tu pages sur le cosplay savoir si une capote cosplay peut se vendre dans cette région.

Contexte

Le projet dirigé au pays la France, une région banlieu parisienne parce que ce sont des pays francophone du monde, est dans les environs de Paris et est connue pour être urbain et pour avoir une variété dans des cultures, est à 15 kms de paris.

Participants

UNE CAPOTE COSPLAY est un produit dessiné pour les adolescents de 14 à 25 ans est la moyenne dans laquelle les jeunes hommes connaissent ce type de culture ils sont intéressés à être vu de différente manière, par conséquent c'est le segment choisi pour le produit dessiné

Instruments de collecte de données

Si le projet réalisait toute l'investigation complète pour savoir si ce produit peut se vendre au segment de personnes sélectionnées l'une des formes de récolter l'information sur le projet il serait au moyen d'une enquête, une observation directement avec les acheteurs. Sur :

- récolter une information au sujet du style de vie des habitants des communautés ?
- Pourquoi l'intéressent ce type de produit qui existe dans les communautés ?
- L'enquêteur peut-il établir que les jeunes hommes cherchent traités différent ?
- L'enquêteur peut-il finir que le moindre index de personnes qui n'ont pas de tendance avec des dessins innovateurs ?
- l'absence de locaux commerciaux avec ventes de ce style de vêtements ?

Ce seraient les questions les plus concrètes pour commencer l'investigation avec une méthode comme quantitatif ou qualitatif.

CHAPITRE 4

Conclusions

Introduction au chapitre

Le projet à mesure qu'il avançait a développé une identité pour les personnes qui font cosplay parce que nous donnons un accessoire utile qui donne un style cette capote dessinée pour les jeunes français il a les paramètres qu'ils veulent avoir dans ses vêtements.

Comparaison de votre travail de recherche avec les études précédentes

En face du précédent qu'ils se sont trouvés de ce sujet ils ont été peu nombreux, cependant ce qui est détaché consiste en ce que la majorité des personnes ou d'acheteurs cherchent ses produits personnalisés et durables pour qu'ils aient une affection vers ceux-ci.

Importance de votre travail de recherche

L'importance de ce projet pour moi a été de mettre en évidence que le produit réalisé à Bogotà, à la Colombie est possible ou posicionar faisable et mener à la région banlieue parisienne, après avoir lu quelques articles et les documents qui ont été consultés où il nous appuie ces hypothèses sur le produit. Cependant, je le tiendrai très en compte pour mon projet de vie c'est important.

Limites de l'étude

Le projet a une limite le fait de ne pas pouvoir voyager au pays pour démontrer que le projet fonctionne et est soutenable et le temps et l'espace pour développer en totalité le projet.

Projections de la recherche

C'est le commencement d'un grand projet qui pour des investigations futures sur le sujet est une base importante le pour continuer de développer, puisque si quelqu'un arrivera à voyager en France, vous accouchez et il allait au banlieue parisienne ce projet aurait beaucoup de force.

Références

Sanches, M. (2016, 28,29 mai). Montevideocomics. Repéré à www.montevideocomics.com.uy,

s.d . (2013, 6 vendredi). Une définition de Cosplay et de géniaux exemples de cette mode.

Repéré à <http://www.ingenierogeek.com/2013/09/que-es-cosplay-ejemplos-buenos.html>

Procolombia. S.d (s.d.) Mamás trabajadoras en Francia y consumidoras de alto nivel social, algunos clientes para las prendas infantiles. Repéré à <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/textiles-e-insumos-para-la-confeccion/mamas-trabajadoras-en-francia-y-consumidoras-de-alto-nivel-social>

Autor Nouhet, J.2005.MANGAMANIA ET COSPLAY. GREUPP Joëlle Nouhet-Roseman, « Mangamania et cosplay », Adolescence 2005/3 (no 53)

Autor Kinko Ito & Paul A. Crutcher.2013. Popular Mass Entertainment in Japan: Manga, Pachinko, and Cosplay. SYMPOSIUM: SIGNS, SYMBOLS, AND SEMIOTICS

NOBUOKA, J. (2010): 'User innovation and creative consumption in Japanese culture industries: the case of Akihabara, Tokyo', Geo- grafiska Annaler: Series B, Human Geography 92 (3): 205-218.

Jin-Shiow Chen. 2007.Adolescent Experiences with Animé/manga Doujinshi and Cosplay in Taiwan. National Chiayi University, Taiwan.

Diana Carolina Carrion, (2007), Komono : accesorios personalisables, Universidad de los Andes, Facultad Agricultura y Diseño, Departamento de Diseño.

Daniel Santiago Mateus Cabra (2014-1) La burrita accesorios para ciclistas

Laura Urbina Jaramillo (2005) Gestion Empresarial Para el Diseño producción y comercializacion de accesorios con identida colombiana/UANDANA ACCESORIOS

Fuente: <http://concepto.de/fanatismo/#ixzz4Dm3TtHKl>

<http://definicion.de/abrigo/#ixzz4DmG3lbp>

- , N. (2014, 11 février). Des enfants qui savent utiliser une tablette, mais pas une bicyclette [Billet de blogue]. Repéré à <http://blogues.radio-canada.ca/triplex/2014/02/11/des-enfants-qui-savent-utiliser-une-tablette-mais-pas-une-bicyclette/>

<http://search.proquest.com/openview/84d108c7ceb3ef0b4f0d0b68dbaa923f/1?pq-origsite=gscholar>

<http://www.cafebabel.es/politica/articulo/una-mirada-a-la-banlieue-de-paris.html>

http://elpais.com/elpais/2013/06/27/eps/1372354945_948775.html

- Seraiocco, N. (2014, 11 février). Des enfants qui savent utiliser une tablette, mais pas une bicyclette [Billet de blogue]. Repéré à <http://blogs.radio-canada.ca/triplex/2014/02/11/des-enfants-qui-savent-utiliser-une-tablette-mais-pas-une-bicyclette/>

https://www.buzzfeed.com/jenniferpadjemi/29-raisons-de-ne-jamais-habiter-en-banlieue?utm_term=.avIKol56Z#.suOGEoxXA

mangamania et cosplay,2005

Popular mass entertainment in japan, 2013

user innovation and creative consumption in japanese culture industries, 2010

Adolescent Experiences with Animé/manga Doujinshi and Cosplay in Taiwan.2007

https://biblioteca.uniandes.edu.co/visor_de_tesis/web/?SessionID=L1Rlc2lzXzEyMDE0MjAvNDUyMC5wZGY%3D

https://biblioteca.uniandes.edu.co/visor_de_tesis/web/?SessionID=L1Rlc2lzXzIwMDZfc2VndW5kb19zZW1lc3RyZV8yLzAwMDA1OTkwLnBkZg%3D%3D

https://biblioteca.uniandes.edu.co/visor_de_tesis/web/?SessionID=L1Rlc2lzXzIwMDRfc2VndW5kb19zZW1lc3RyZS8wMDAwMzAwMC5wZGY%3D

https://biblioteca.uniandes.edu.co/visor_de_tesis/web/?SessionID=L1Rlc2lzXzIyMDEzMjIwLzI0Mevista francesa

<http://www.cairn.info.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/les-mangas-pour-jeunes-filles-figures-du-sexuel-a--9782749213583.htm>

file:///C:/Users/ESTUDIANTE/Downloads/ADO_053_0659.pdf

<http://www.jstor.org.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/action/doBasicSearch?Query=anime&prq=ropa+exclusiva&group=none&so=rel&wc=on&hp=25&acc=on&fc=off>

<http://www.jstor.org.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/stable/pdf/20715430.pdf>

<http://www.jstor.org.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/stable/pdf/40835446.pdf>

<http://link.springer.com.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/search?query=cosplay+>

<http://download.springer.com.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/static/pdf/208/art%253A10.1007%252Fs12115-013-9737-y.pdf?originUrl=http%3A%2F%2Flink.springer.com%2Farticle%2F10.1007%2Fs12115->

013-9737-

y&token2=exp=1467338891~acl=%2Fstatic%2Fpdf%2F208%2Fart%25253A10.1007%25252Fs12115-013-9737-

y.pdf%3ForiginUrl%3Dhttp%253A%252F%252Flink.springer.com%252Farticle%252F10.1007%252Fs12115-013-9737-

y*~hmac=b12dff1a336337fa2ecc165b029e21402dda35b1bbf334a69651d716bcd7766d

<http://www.tandfonline.com.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/action/doSearch?AllField=+cosplay+>

<http://www.tandfonline.com.ezproxyegre.uniandes.edu.co:8888/doi/pdf/10.2752/175174112X13340749707204zIucGRm>