

# Apropiación tecnológica del videojuego Gacha Club por prosumidores adolescentes: Un análisis del corto “Cuando Kimoa ve a ....♥(original)”

Marisol Mendoza Téllez Girón (\*)

Azul Kikey Castelli Olvera(\*\*)

Sarahi Isuki Castelli Olvera(\*\*\*)

---

**Resumen:** Este artículo explora la intersección entre comunicación, tecnología y redes sociodigitales en la creación de narrativas digitales, a partir del análisis del cortometraje “Cuando Kimoa ve a ....♥(original)” producido con el videojuego Gacha Club y difundido en la plataforma YouTube. Se examinan las representaciones de género y emociones en la animación digital a partir de la teoría de la base de datos de Azuma, el enfoque dramaturgico de Goffman, la teoría de la performatividad de Butler y la sociología de las emociones de Hochschild. La metodología cualitativa se basa en la etnografía digital y el análisis semiótico de Morris, lo que permite comprender cómo las plataformas digitales median los procesos de apropiación tecnológica y la construcción de identidades en entornos sociodigitales.

**Palabras claves:** comunicación - apropiación tecnológica - narrativa digital - performatividad, redes sociodigitales - prosumidores - emociones - videojuego

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 51]

---

(\*) Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Es profesora en el área académica de psicología de la misma universidad. De manera simultánea a la práctica docente, se desempeña como psicóloga clínica, con especial interés en la atención a población infantil y adolescente. Asimismo, colabora como ponente y facilitadora de talleres en instituciones públicas y organizaciones civiles. Sus líneas de investigación incluyen género, cultura visual y narrativas sociodigitales con enfoque en la representación identitaria, performatividad de género y apropiación tecnológica en contextos juveniles.

(\*\*) Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Nombramiento académico: Profesora Investigadora Titular “C” de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Líneas de investigación: Imagen,

semiótica, imaginarios sociales y género. Distinciones académicas: Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. Perfil Prodep.

(\*\*\*) Sarahi Isuki Castelli Olvera. Doctora en Ciencias Sociales, por parte de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Es Profesora Investigadora de la Facultad de Comunicación en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Línea de investigación: cultura visual en la gráfica contemporánea, por lo que sus investigaciones están orientadas a los temas relacionados con cultura visual, arte contemporáneo, cómic, anime y manga japonés e historieta mexicana. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1.

## Revisión de la literatura

### Comunicación digital y tecnología

Desde los inicios de la digitalización, se ha debatido sobre la separación entre la vida en línea y fuera de línea (Hine, 2004; Winocur, 2006). Estudios recientes indican que la comunicación digital no es un espacio aparte, sino una extensión de la interacción social (Boellstorff, 2016; Linne, 2016). Con el crecimiento de las plataformas sociodigitales, la producción de contenidos se ha democratizado, permitiendo la generación de narrativas audiovisuales a partir de bases de datos de elementos predefinidos (Azuma, 2001).

El desarrollo de la web 2.0 ha posibilitado que las redes sociodigitales sean espacios en los que se produce interacción de manera instantánea. Esta interconexión ha cambiado las dinámicas de comunicación, transformando los discursos tradicionales en flujos de contenido inmediato y efímero (Lévy, 2007). Además, la convergencia mediática ha permitido que diferentes plataformas de comunicación digital interactúen entre sí, dando lugar a nuevas formas de consumo, producción y distribución de contenido audiovisual (Jenkins, 2008).

El consumo digital de narrativas audiovisuales ha derivado en una cultura de inmediatez, en la que la interactividad y la retroalimentación en tiempo real han cambiado la forma en que se construyen y consumen historias (Scolari, 2018, citado en De la Fuente, Lacasa y Martínez-Borda, 2019). En este contexto, YouTube ha pasado de ser una plataforma de entretenimiento a convertirse en un espacio de experimentación narrativa y visual en el que las personas usuarias no solo consumen, sino que también producen y modifican contenidos, generando nuevas formas de comunicación mediada por lo digital.

La web 2.0 permitió que las audiencias dejaran de ser consumidoras pasivas para convertirse en prosumidoras activas (Scolari, 2018, citado en De la Fuente, Lacasa y Martínez-Borda, 2019). Plataformas como YouTube han impulsado la creación de comunidades virtuales, donde la participación de las personas usuarias no sólo implica la producción de contenido, sino también su constante interacción y visibilidad. En este contexto, adquiere relevancia la dinámica conocida como economía de la atención, la cual se basa en que los contenidos y las personas creadoras compiten por captar y retener la atención de la au-

diencia, convirtiendo la atención en un recurso valioso y escaso. Esta economía se caracteriza por el entrelazamiento de lo comunitario con lo comercial, pues el posicionamiento de marcas, productos y servicios se realiza mediante figuras públicas como los influencers, quienes consolidan su valor social dentro de la plataforma a través de su capacidad para generar visibilidad, provocar interés y fomentar la interacción de una audiencia (Establés, Guerrero-Pico & Contreras-Espinosa, 2019).

Estas dinámicas han sido fundamentales para consolidar el fenómeno de los prosumidores en las redes sociodigitales, donde la audiencia adquiere un papel activo en la configuración y circulación de los discursos mediáticos (Jenkins, 2006). Esta cultura participativa ha dado lugar a nuevos modelos de producción audiovisual, en los que los contenidos creados por las propias personas usuarias no sólo se consumen, sino que también se legitiman como formas válidas de comunicación y expresión cultural (Burgess & Green, 2009). Además, la accesibilidad de herramientas digitales ha permitido que cualquier persona pueda producir y compartir contenido audiovisual sin requerir una infraestructura profesional. Dentro de este panorama, la plataforma YouTube se ha consolidado como un espacio clave para la producción y difusión de narrativas audiovisuales, especialmente entre adolescentes y jóvenes, quienes utilizan la plataforma como un medio de autoexpresión y experimentación identitaria (Lange, 2014).

## **Apropiación tecnológica y sociabilidad en la vida cotidiana**

La apropiación tecnológica se refiere al proceso mediante el cual las personas incorporan las tecnologías digitales en su vida cotidiana, otorgándoles significado y adaptándolas a sus necesidades socioculturales. Winocur (2006) enfatiza que el uso de internet por parte de las personas jóvenes no se limita a la simple adopción de herramientas tecnológicas, sino que implica una resignificación activa de estos espacios en función de sus intereses y dinámicas sociales.

Las comunidades virtuales, en particular, han transformado las formas en que las personas adolescentes construyen sus identidades y relaciones interpersonales. A través de plataformas como YouTube y redes sociodigitales, los jóvenes exploran múltiples formas de autoexpresión, establecen conexiones con pares y crean contenidos que reflejan sus experiencias y aspiraciones. La apropiación tecnológica en este contexto no solo implica el uso instrumental de la tecnología, sino que también configura nuevos modelos de socialización y pertenencia (Lévy, 2007).

La intersección entre lo digital y lo *offline* ha generado un fenómeno de “*onlife*” (Floridi, 2015), en el cual las experiencias en línea y fuera de línea se entrelazan de manera estrecha. Esto ha llevado a la reconfiguración de la comunicación y las relaciones sociales, donde la identidad digital se construye a través de múltiples plataformas y dispositivos tecnológicos. En este sentido, los videojuegos y las redes sociodigitales han emergido como espacios fundamentales para la construcción de subjetividades y la negociación de normas sociales (Berríos & Buxarrais, 2005).

El acceso a internet de banda ancha y la proliferación de dispositivos móviles han acelerado la apropiación tecnológica, permitiendo que las personas jóvenes desarrollen nuevas competencias digitales y expandan su capacidad de producción y consumo de contenido. Sin embargo, también es necesario considerar las brechas digitales y las desigualdades en el acceso a la tecnología, que pueden influir en las oportunidades de participación y autoexpresión de ciertos sectores de la población (Sacristán, 2013).

## Apropiación del videojuego Gacha Club y YouTube

Los videojuegos han adquirido una gran relevancia en la cultura digital, no sólo como formas de entretenimiento, sino también como plataformas para la socialización, la creatividad y la expresión identitaria. El videojuego Gacha Club es un claro ejemplo de ello, ya que ha sido adoptado por una comunidad global de adolescentes y jóvenes que lo utilizan para crear historias interactivas y personajes personalizados, que posteriormente comparan en plataformas como YouTube.

El videojuego Gacha Club, desarrollado por la empresa Lumine, es un videojuego de rol y creación de personajes lanzado en el año 2020. Se inscribe dentro del género de los juegos de rol estilo gacha, un término derivado de las máquinas expendedoras de juguetes en cápsulas en Japón. En este tipo de juegos, las personas usuarias pueden coleccionar y personalizar personajes, obteniendo ítems y accesorios mediante un sistema de recompensas aleatorias. Sin embargo, a diferencia de otros juegos de este estilo, el videojuego Gacha Club no se centra en la mecánica de azar, sino que ofrece amplias posibilidades de personalización sin necesidad de transacciones económicas obligatorias, lo que ha permitido que una gran comunidad de adolescentes y jóvenes lo adopten como una herramienta de narración digital.

Entre sus principales atributos, el videojuego Gacha Club permite la creación y personalización de hasta cien personajes únicos, posibilitando que las personas usuarias modifiquen su apariencia física, vestimenta, accesorios y poses. Este nivel de personalización ofrece un espacio para que las personas jugadoras experimenten con identidades y estilos que reflejan sus preferencias personales o narrativas. Asimismo, destaca el modo estudio, una de las funciones más valoradas, ya que brinda la posibilidad de posicionar a los personajes en distintos escenarios, agregar diálogos mediante cuadros de texto y generar escenas estáticas o en movimiento, facilitando la construcción de narrativas visuales sin necesidad de conocimientos avanzados en animación o edición de video.

El videojuego también ofrece una amplia variedad de escenarios y fondos prediseñados, que van desde entornos urbanos hasta paisajes fantásticos, lo que permite diversificar la ambientación de las historias creadas. Además, incluye animaciones y poses predefinidas, a través de un sistema intuitivo, que permiten a los personajes adoptar diferentes expresiones faciales, posturas corporales y gestos para comunicar emociones y desarrollar escenas dramáticas o humorísticas. Aunque el modo narrativo es la función más utilizada por la comunidad, el videojuego también integra mini-juegos y un sistema de batalla que complementan la experiencia lúdica.

Finalmente, es común que las personas creadoras complementen el contenido generado en el videojuego Gacha Club utilizando otras herramientas digitales como CapCut, IbisPaint X y Kinemaster, con el fin de mejorar la calidad de sus producciones antes de compartirlas en la plataforma YouTube y otras redes sociodigitales.

La comunidad de personas usuarias del videojuego Gacha Club ha consolidado un fenómeno cultural conocido como *Gachatubers*, un término que hace referencia a las personas creadoras de contenido que suben videos de animaciones realizadas con este videojuego en la plataforma YouTube. Estas producciones pueden ir desde simples interacciones entre personajes hasta complejas historias con múltiples episodios, reflejando temáticas como la amistad, el romance, el conflicto y la identidad.

Desde una perspectiva sociocultural, la apropiación del videojuego Gacha Club por parte de las personas adolescentes puede entenderse como un medio para la experimentación narrativa y la autoexpresión. Las personas usuarias no sólo crean personajes que reflejan sus gustos y aspiraciones, sino que también utilizan los recursos del videojuego para abordar temas relevantes en su vida cotidiana, como la inclusión, la diversidad y la construcción de relaciones interpersonales en un espacio digital.

Asimismo, el uso de este videojuego dentro de plataformas como YouTube ha permitido que las narrativas creadas sean compartidas y valoradas por los miembros de la comunidad digital. Este fenómeno genera dinámicas de interacción y validación social, donde los comentarios, visualizaciones, likes y suscripciones juegan un papel fundamental en la retroalimentación y reconocimiento dentro de la comunidad.

El éxito del videojuego Gacha Club y su apropiación por parte de adolescentes y jóvenes pone de manifiesto la transformación del videojuego como un espacio de creatividad y socialización. Más allá de ser una simple herramienta de entretenimiento, este tipo de plataformas han permitido a las personas usuarias convertirse en productoras de contenido audiovisual, participando activamente en la creación de narrativas digitales dentro del ecosistema de las redes sociodigitales.

## **Modelos teóricos para el análisis de narrativas digitales: base de datos, dramaturgia y performatividad**

El análisis de las narrativas digitales generadas en plataformas como YouTube y videojuegos como Gacha Club requiere un marco teórico que permita comprender los mecanismos de producción, apropiación y representación dentro de estos entornos digitales. En la sección anterior, se abordó cómo las personas usuarias adaptan y transforman las herramientas del videojuego Gacha Club para la creación de contenido, pero es fundamental profundizar en las estructuras subyacentes que regulan y configuran estas producciones.

## Teoría de la base de datos de Azuma y los elementos moe en la narrativa digital

La teoría de la base de datos de Azuma (2001) explica cómo en la era posmoderna el consumo de productos culturales ha evolucionado de un modelo de “gran narrativa” a un modelo basado en pequeñas narrativas fragmentadas, que dependen de una base de datos visual y estética preexistente. En este modelo, las historias no son construidas desde una estructura original, sino que se crean a partir de la recombinación de elementos moe, es decir, características diseñadas para provocar respuestas emocionales en la audiencia y garantizar la reproducción y viralización de los personajes dentro de la cultura digital.

Los elementos moe incluyen rasgos físicos distintivos (como ojos grandes, cabello colorido o expresiones exageradas), características emocionales estereotipadas (como la timidez extrema, una personalidad que oscila entre hostilidad y afecto o la actitud infantilizada) y poses características que refuerzan la identidad visual del personaje. Estos elementos, almacenados en una base de datos colectiva, son utilizados y reutilizados por diferentes creadores para generar personajes que resulten familiares y atractivos para la audiencia.

En el caso del videojuego Gacha Club, la apropiación de esta lógica de base de datos es evidente en la manera en que las personas usuarias seleccionan y combinan elementos moe para construir sus personajes. El juego ofrece una amplia gama de posibilidades para personalizar cada personaje, permitiendo modificar rasgos como los ojos, el peinado, la vestimenta y las expresiones faciales, todos ellos basados en patrones visuales fácilmente reconocibles dentro de la cultura del anime y los videojuegos. Cabe señalar que, en Occidente, el término anime se utiliza para referirse a los dibujos animados de origen japonés (Horno, 2013), cuya estética distintiva ha influido decisivamente en el diseño de los personajes en el videojuego Gacha Club. Esta flexibilidad facilita la creación de personajes con una fuerte carga afectiva para la audiencia, aunque también contribuye a la estandarización de ciertos estereotipos visuales y emocionales que predominan dentro de la comunidad.

Azuma (2001) argumenta que este modelo de consumo y producción conduce a una proliferación de simulacros, es decir, productos que no son ni originales ni copias exactas, sino versiones recombinadas de elementos preexistentes. En la comunidad de *Gachatubers*, esta lógica se observa en la repetición de ciertas estructuras narrativas, personajes con diseños similares y la reproducción de escenarios y diálogos que siguen patrones visuales y emocionales populares. Esto no solo condiciona la creatividad de los creadores, sino que también genera un consumo altamente estandarizado donde la novedad surge de pequeñas variaciones dentro de un marco predefinido.

## Teoría de la dramaturgia de Goffman y la representación digital del yo

La presentación del yo en los entornos digitales ha sido ampliamente estudiada desde la teoría dramática de Goffman (1981), quien plantea que la interacción social funciona como una actuación teatral en la que los individuos desempeñan roles para gestionar la

impresión que generan en los demás. En el contexto del videojuego Gacha Club y la plataforma YouTube, las personas creadoras de contenido adoptan identidades digitales que no solo reflejan su creatividad, sino que también responden a expectativas comunitarias y normativas implícitas dentro de la plataforma.

Goffman (1981) distingue entre la fachada personal (los atributos visibles con los que el actor se presenta ante la audiencia) y la fachada social (los elementos institucionalizados que estructuran la interacción dentro de un contexto específico). En los videos de *Gachatubers*, la fachada personal se expresa en la selección de personajes, poses y expresiones emocionales, mientras que la fachada social se configura a través de las normas de interacción dentro de la comunidad digital, como la manera en que las personas creadoras responden a comentarios, colaboran con otras personas usuarias y ajustan su contenido para alinearse con tendencias populares.

Otro concepto clave de Goffman es el “*frame*” o marco de interpretación (Goffman, 2006), que permite entender cómo las personas usuarias interpretan y categorizan los cortometrajes dentro de ciertos esquemas narrativos. La audiencia reconoce patrones visuales y narrativos que le permiten interpretar rápidamente la historia y generar una respuesta afectiva basada en su conocimiento previo de los elementos *moe* y las estructuras narrativas dominantes en la comunidad.

## **Teoría de la performatividad de género de Butler y la construcción de identidades digitales**

La teoría de la performatividad de género de Butler (2001) sostiene que el género no es una esencia fija, sino una serie de actos reiterativos que crean la ilusión de estabilidad dentro de un sistema normativo. En los entornos digitales, esta performatividad se traduce en la representación visual y narrativa de los personajes, quienes encarnan expresiones de género codificadas que pueden ser reforzadas o cuestionadas dentro del espacio digital.

En el videojuego Gacha Club, las personas creadoras de contenido pueden diseñar personajes con una amplia gama de expresiones de género, combinando atributos tradicionalmente asociados a la masculinidad y la feminidad. Sin embargo, a pesar de esta flexibilidad, la mayoría de los personajes siguen patrones estéticos predefinidos que responden a ideales de belleza y normativas de género ampliamente aceptadas en la cultura del anime y los videojuegos.

Butler (2001) argumenta que la performatividad de género está ligada a la inteligibilidad social, es decir, a la capacidad de un sujeto de ser reconocido dentro de un marco normativo. En el caso de los cortometrajes de la comunidad *Gachatuber*, los personajes que no se alinean con los códigos visuales y narrativos establecidos tienen menos posibilidades de ser aceptados dentro de dicha comunidad digital, lo que refuerza la idea de que la identidad de género en los entornos digitales sigue estando regulada por normas de reconocimiento y validación social.

Asimismo, la teoría de Butler permite analizar cómo ciertos personajes y narrativas en los cortometrajes de la comunidad *Gachatuber* pueden desafiar o subvertir los estereotipos de

género mediante la parodia y la exageración. Siguiendo su planteamiento sobre la subversión de normas mediante la repetición performativa, se puede observar cómo algunos creadores experimentaron con la ambigüedad de género en sus personajes, produciendo nuevas representaciones que amplían las posibilidades de identificación dentro de la comunidad.

## Metodología

El presente estudio adoptó un enfoque cualitativo basado en la etnografía digital y el modelo triádico de la semiótica de Morris (1971). Dado que el objeto de estudio se situó en un entorno digital—la producción de cortos animados en el videojuego Gacha Club, la comunidad de *Gachatubers* y la difusión de los cortos en la plataforma Youtube—resultó fundamental emplear herramientas metodológicas que permitieran la inmersión en este ecosistema digital y el análisis detallado de las estructuras narrativas, visuales y performativas presentes en los cortos analizados. A continuación, se detallan los dos enfoques metodológicos principales que sustentaron el análisis.

## Etnografía digital y análisis de interacciones en comunidades sociodigitales

Para comprender las prácticas narrativas y la producción de contenido en la comunidad de *Gachatubers*, se empleó el método de etnografía digital (Pink et al., 2019; Hine, 2015). Este enfoque permite analizar los procesos de comunicación y creación en entornos digitales, integrando una observación participativa flexible que se ajusta a la naturaleza dinámica de internet a fin de interpretar la manera en que los individuos perciben y experimentan su contexto digital (Giroux y Tremblay, 2004). A través de este método, se recopilaban datos descriptivos a partir de interacciones, comentarios, publicaciones y producciones audiovisuales dentro de la comunidad de *Gachatubers* en la plataforma YouTube. La etnografía digital no solo se basó en la mera observación, sino que también integró el análisis de las narrativas participantes y las reacciones que generan dentro de su comunidad digital. Según Hine (2015), la etnografía digital debe atender tres principios fundamentales que orientan el análisis de los entornos digitales. El primero de ellos es el principio de lo incrustado (*embedded*), que reconoce que la tecnología digital no opera de manera aislada, sino que se entrelaza estrechamente con el entorno sociocultural de las personas participantes. En segundo lugar, plantea la noción de lo encarnado (*embodied*), donde la identidad digital y la presencia en línea se conciben como extensiones de la identidad offline (fuera de línea), permitiendo que las dinámicas virtuales reflejen múltiples formas de ser y estar. Finalmente, destaca la cotidianidad (*everyday*) como un aspecto clave, ya que internet forma parte integral de la vida diaria, y sus dinámicas deben ser comprendidas como prácticas habituales, naturalizadas en el día a día de las comunidades digitales. Estos principios guiaron el análisis de los productos audiovisuales generados en el videojuego Gacha

Club, así como de las dinámicas de interacción que se despliegan en los espacios donde estos contenidos son compartidos, comentados y reinterpretados por la comunidad digital. A su vez, se retomaron las aportaciones de Pink et al. (2019), quienes amplían el enfoque de la etnografía digital con cinco principios adicionales: multiplicidad, no-digital-centrismo, apertura, reflexividad y heterodoxia. La multiplicidad destaca que la participación digital adopta diversas formas, que no se limitan a interacciones escritas, sino que incluyen la producción de imágenes, videos y comentarios. El principio del no-digital-centrismo invita a no centrarse exclusivamente en el análisis del contenido digital, sino a comprender cómo este se articula con contextos más amplios y complejos. La apertura subraya el carácter colaborativo, creativo y flexible de las plataformas digitales, donde las personas usuarias contribuyen activamente a la construcción de significados. Por su parte, la reflexividad reconoce la relación entre la persona investigadora y la comunidad digital, considerando la postura ética y el proceso de construcción de conocimiento. Finalmente, la heterodoxia enfatiza la necesidad de atender a las diversas formas de comunicación y representación, incluyendo la multiplicidad de plataformas como YouTube, blogs y otras redes sociodigitales.

En coherencia con estos planteamientos, y dado que las comunidades digitales no están restringidas a una sola plataforma, se integró también el enfoque de etnografía multisituada propuesto por Marcus (1995) y adaptado al contexto digital por Hine (2015). Esto permitió seguir la interacción de las personas creadoras de contenido a través de diferentes espacios en línea, como YouTube, TikTok y foros de discusión, observando cómo las producciones generadas en el videojuego Gacha Club circulan, se resignifican y adquieren nuevos sentidos dentro de la comunidad digital.

### **Modelo triádico de la semiótica de Morris (1971) para el análisis de cortos audiovisuales**

El análisis del corto “Cuando Kimoa ve a .... ♥(original)” se llevó a cabo mediante la aplicación del modelo triádico de la semiótica de Morris (1971), el cual examina los signos dentro de un sistema comunicativo y su impacto en la audiencia. Dicho modelo se organiza en tres dimensiones fundamentales: sintáctica, semántica y pragmática. La dimensión sintáctica analiza la relación entre los signos dentro del sistema comunicativo, es decir, los elementos visuales y narrativos presentes en el corto, como la organización espacial, los colores predominantes y la secuenciación de imágenes. La dimensión semántica se enfoca en el significado de los signos y en cómo estos establecen asociaciones con las referencias culturales y emocionales de la audiencia, lo cual es crucial para comprender cómo los elementos moe en los personajes generan una respuesta afectiva en los espectadores. Finalmente, la dimensión pragmática examina la relación entre los signos, el contexto y los efectos en los espectadores, atendiendo a la manera en que los personajes y sus expresiones generan identificaciones emocionales y refuerzan o desafían normas de género y conducta social.

Para enriquecer este enfoque, se incorporó una cuarta dimensión al análisis, siguiendo la propuesta de Vázquez (2021): la dimensión del autor. Esta permite considerar el contexto en el que la persona creadora desarrolla su narrativa, explorando su estilo de producción y las influencias socioculturales que determinan su trabajo. Esta última dimensión resulta especialmente relevante en el contexto de los *Gachatubers*, donde las producciones audiovisuales reflejan no solo una identidad digital construida, sino también las aspiraciones y dinámicas comunitarias en las que están insertos.

## Procedimiento de análisis

El procedimiento metodológico se organizó en tres fases: selección del corpus de análisis, la observación etnográfica digital y el análisis semiótico. En la primera fase, se identificaron cortos animados publicados en la plataforma YouTube que presentaban narrativas representativas de la comunidad *Gachatuber*. Para ello, se priorizaron videos con un alto nivel de visualización y comentarios relevantes, a fin de asegurar la pertinencia del corpus. La segunda fase consistió en la observación etnográfica digital, mediante la cual se analizaron las dinámicas de interacción en los espacios donde estos cortos son compartidos y comentados, atendiendo a la respuesta de la audiencia y a las normas implícitas que rigen la comunidad digital. Finalmente, en la tercera fase, se analizaron los signos visuales, narrativos y performativos presentes en el corto seleccionado mediante el modelo triádico de Morris, articulando este análisis con los marcos teóricos previamente establecidos. Estas tres fases metodológicas permitieron una comprensión integral tanto de la producción como de la recepción de los cortos en la plataforma YouTube, atendiendo a su estructura visual, narrativa y performativa dentro del ecosistema digital.

## Resultados

El presente apartado expone los hallazgos obtenidos a partir del análisis del corto “Cuando Kimoa ve a .... ♥(original)”, siguiendo las dimensiones de estudio establecidas en la metodología. Se describen los aspectos relevantes observados en la narrativa, la composición visual y la caracterización de los personajes, en relación con los patrones de consumo digital, performatividad de género y expresión emocional en la comunidad *Gachatuber*. El análisis se estructura en tres secciones principales: la estructura narrativa del corto, elementos visuales y estéticos, y la representación de género en los personajes.

## Estructura narrativa del corto

El corto presenta una narrativa fragmentada con una progresión episódica que se caracteriza por el uso de escenas breves, transiciones abruptas y momentos de alta carga emocional. La historia sigue la interacción entre Kimoa y Kiosko, dos personajes cuyo vínculo se desarrolla a partir de una dinámica de atracción, confrontación y dominio.

El corto se compone de cinco escenas principales, cada una marcada por cambios de fondo y transiciones rápidas. A lo largo del video, los personajes alternan entre la seducción, el conflicto y la violencia, elementos recurrentes dentro de la estética del anime y la animación digital basada en el videojuego Gacha Club. La historia se desarrolla siguiendo una secuencia episódica y emotiva, en la que los eventos no se estructuran bajo una lógica causal tradicional, sino como una sucesión de escenas que buscan generar un fuerte impacto afectivo en la audiencia.

En la primera escena, Kimoa y Kiosko se encuentran en un espacio neutro, donde se establece la relación inicial a través de una interacción breve y directa. Posteriormente, la segunda escena introduce un momento de seducción: Kimoa intenta acercarse a Kiosko de manera afectiva, empleando gestos exagerados y un tono romántico. Sin embargo, en la tercera escena, Kiosko responde con indiferencia, lo que provoca una reacción dramática en Kimoa, quien cambia su expresión y actitud. La cuarta escena intensifica la confrontación entre los personajes; Kimoa recurre a expresiones emocionales extremas, como lágrimas desbordantes y súplicas exageradas, reforzando la carga afectiva del relato. Finalmente, en la escena de desenlace, se observa una inversión de roles en la interacción, donde Kimoa pasa de la vulnerabilidad inicial al dominio físico y emocional sobre Kiosko, cerrando la narrativa con un giro en la dinámica de poder entre ambos personajes.

## Elementos visuales y estéticos: uso de elementos moe

La construcción visual del corto se apoya en los recursos gráficos prediseñados del videojuego Gacha Club, combinando expresiones predefinidas, gestos dramáticos y fondos simples. A lo largo del video, se identifican varios patrones visuales que responden a los elementos moe, característicos por enfatizar rasgos físicos y emocionales capaces de generar una reacción afectiva inmediata en la audiencia. Entre estos patrones destacan los ojos grandes y brillantes con colores saturados, que refuerzan la expresividad y remiten a la estética del anime; el cabello voluminoso con tonalidades llamativas, como el rosado en Kimoa y el celeste en Kiosko; y las expresiones faciales extremas, representadas mediante rostros con bocas abiertas exageradas, ojos llenos de lágrimas y cambios abruptos en la forma de los ojos y las cejas. Asimismo, se observan posturas corporales estereotipadas que refuerzan ciertos rasgos emocionales, como la inclinación de la cabeza para denotar timidez, las manos en la cara para expresar sorpresa, y el cuerpo encorvado en situaciones de rechazo o tristeza.

Además de estos elementos, el corto incorpora efectos gráficos adicionales —como ríos de lágrimas, hemorragia nasal y gestos de súplica y seducción— que refuerzan emociones específicas. Las transiciones rápidas entre escenas acentúan la animación, buscando el impacto visual inmediato. Los fondos, por su parte, son genéricos, limitándose a interiores simples con colores planos, lo que mantiene el foco en los personajes y sus interacciones, sin sobrecargar el contexto espacial.

Uno de los aspectos más destacados del corto es el uso de emociones exageradas como recurso central para comunicar la historia. La dramatización emocional se despliega mediante tres estrategias clave. En primer lugar, el llanto desbordante se utiliza en momentos de desesperación, especialmente por parte de Kimoa, con ríos de lágrimas animados que intensifican el impacto visual. En segundo lugar, se recurre a cambios repentinos de expresión: los personajes alternan de la ternura al enojo o la tristeza en cuestión de segundos, sin un desarrollo emocional gradual. Por último, se presenta la violencia emocional y física, evidenciada en la bofetada que Kimoa propina a Kiosko, rompiendo la dinámica inicial de vulnerabilidad y sumisión.

Estas estrategias se complementan con la manipulación emocional que atraviesa la narrativa. A lo largo del corto, Kimoa emplea gestos de súplica y seducción para influir en la reacción de Kiosko. Sin embargo, al no obtener la respuesta deseada, su actitud evoluciona hacia la expresión de furia y dominación, transformando así la dinámica relacional establecida inicialmente.

## Representación de género en los personajes

El análisis del corto permite observar patrones consistentes en la representación de roles de género dentro de la historia. A lo largo de la narrativa, se identifican dinámicas de género estereotipadas, aunque también emergen momentos clave donde dichos roles son invertidos, rompiendo con las convenciones tradicionales. En este sentido, la caracterización de los personajes principales ofrece un contraste significativo.

Kimoa es representada, en gran parte del relato, con atributos asociados tradicionalmente a lo femenino, tales como la dependencia emocional, la ternura exagerada y la búsqueda constante de validación externa. Sin embargo, esta caracterización se transforma en la escena final, donde su actitud cambia drásticamente y asume una postura dominante frente a Kiosko. Por su parte, Kiosko aparece inicialmente construido como el personaje masculino indiferente, autosuficiente y con autoridad dentro de la interacción. No obstante, en el desenlace, su rol también se modifica: es abofeteado y adopta una postura sumisa, desafiando así la estructura convencional de género.

Un momento crucial en la historia es aquel en el que ambos personajes intercambian roles, quebrando la dinámica clásica de la narrativa romántica. Este giro se hace evidente cuando Kiosko adopta una postura encorvada, recibiendo la bofetada de Kimoa con una expresión de sorpresa, mientras que ella modifica su lenguaje corporal hacia uno claramente más agresivo y dominante. La Figura 1 ilustra visualmente este instante, capturando el

quiebre performativo que resalta la inversión en la dinámica de poder entre los personajes. En conjunto, el análisis confirma que el corto sigue patrones característicos de la producción digital basada en la lógica de consumo por base de datos, donde la narrativa se estructura a partir de la recombinación de elementos moe preexistentes. Asimismo, se constata el uso recurrente de emociones exageradas y estrategias dramáticas para generar un impacto inmediato en la audiencia. Finalmente, resulta evidente que, aunque las dinámicas de género replican estereotipos tradicionales, la narrativa también incluye momentos de subversión e inversión de roles, permitiendo una mayor flexibilidad en la construcción identitaria de los personajes.



Figura 1. Tomado del video de la *Gachatuber* Ana (2021) donde se observa que los personajes intercambian roles de género. Esta imagen es clave porque ilustra el cambio en la dinámica de poder entre Kimoa y Kiosko, visualizando la inversión de roles tradicionalmente asociados a lo masculino y femenino en la historia.

## Discusión

En este apartado se interpretan los hallazgos del análisis, estableciendo conexiones con el marco teórico y discutiendo su significado en el contexto de las narrativas digitales, la representación de emociones y género, y el consumo de contenido basado en la lógica de base de datos en la comunidad *Gachatuber*.

## Narrativas digitales y consumo en la era de la base de datos

El análisis del corto “Cuando Kimoa ve a .... ♥(original)” evidencia cómo las narrativas creadas siguen una lógica de producción basada en la teoría de la base de datos de Azuma (2001). En lugar de desarrollar una gran narrativa con una estructura tradicional, la creadora selecciona elementos moe de una base de datos visual, ensamblando personajes y escenas a partir de opciones preexistentes.

Como se observó en los resultados, los personajes Kimoa y Kiosko son contruidos a partir de elementos moe, características que buscan generar respuestas emocionales inmediatas en la audiencia (como ojos grandes, cabello colorido y expresiones faciales exageradas). Esto refuerza la idea de que la estética y la emotividad prevalecen sobre la profundidad narrativa, ya que los elementos visuales se combinan y reconfiguran dentro de un marco de consumo rápido y fragmentario.

Esto también se vincula con el concepto de simulacro de Baudrillard (1974), retomado por Azuma (2001), donde las obras derivadas no son ni originales ni copias exactas, sino re combinaciones de signos preexistentes. En la comunidad *Gachatuber*, este fenómeno se manifiesta en la repetición de patrones visuales y narrativos que responden a expectativas compartidas por las personas creadoras y la audiencia, asegurando así la viralización y el reconocimiento dentro del ecosistema digital.

### **Dramatización de emociones y construcción del yo digital: la fachada emotiva de los personajes**

Desde la perspectiva dramática de Goffman (1981), la identidad no es una entidad fija, sino un desempeño en el que las personas adoptan fachadas para presentarse ante los demás en distintos contextos sociales. En el caso del corto “Cuando Kimoa ve a .... ♥(original)”, la autora crea un personaje digital, Kimoa, que funciona como una versión dramatizada de su identidad, poniendo en escena una fachada emotiva que cumple propósitos expresivos y estratégicos dentro de la interacción narrativa.

Las fachadas emotivas se construyen a partir de señales que los personajes emiten para expresar estados emocionales y facilitar la comunicación con los demás. En este sentido, Goffman (1981) distingue entre la fachada personal y la fachada social. La fachada personal involucra los gestos, expresiones faciales, tono de voz y lenguaje corporal que el personaje utiliza para transmitir emociones específicas. Mientras que la fachada social está determinada por el contexto en el que ocurre la interacción y las expectativas culturales asociadas a determinadas respuestas emocionales.

En el corto, la fachada emotiva de Kimoa se articula a través de lágrimas desbordantes, súplicas exageradas y cambios abruptos de humor, elementos que no solo refuerzan su papel dentro de la historia, sino que también siguen patrones emocionales normativos en la comunidad digital de Gacha Club.

Siguiendo a Hochschild (2008), las emociones no son únicamente experiencias individuales, sino que están reguladas por normas sociales que dictan qué emociones son aceptables en determinados contextos. En este sentido, las fachadas emotivas de los personajes en el corto reflejan una adaptación a estas reglas del sentir, es decir, a los estándares emocionales que estructuran la interacción dentro de la comunidad *Gachatuber*.

El análisis de las expresiones emocionales en el corto revela que la fachada emotiva de Kimoa atraviesa cuatro momentos clave a lo largo de la narrativa. En un primer momento, se observa la fase de seducción, donde Kimoa recurre a gestos corporales sutiles y expresiones dulces para persuadir a Kiosko. Aquí, su fachada emotiva refuerza el estereotipo de

lo femenino como cautivador y persuasivo. Posteriormente, ante la negativa de Kiosko, se presenta la fase de súplica: Kimoa amplifica sus gestos y tono de voz, mostrando una emocionalidad intensificada que subraya su desesperación y necesidad de obtener la atención deseada.

La narrativa avanza hacia un tercer momento, caracterizado por la mimetización y confrontación; en la escena donde ambos personajes comienzan a gritar de manera idéntica, se percibe un quiebre en la fachada emotiva de Kimoa, transformando la emoción en un recurso de confrontación directa. Finalmente, en la última escena, la fachada emotiva de vulnerabilidad se rompe por completo cuando Kimoa adopta un rol de dominación, culminando en la bofetada que propina a Kiosko. Este cambio en su expresividad sugiere una inversión de roles de género, donde la agresión física se presenta como un acto performativo de poder.

Cada uno de estos momentos ilustra cómo las fachadas emotivas pueden modularse, intensificarse o alterarse para responder a las dinámicas de interacción dentro del entorno digital. Así, el análisis del corto permite constatar que dichas fachadas cumplen múltiples funciones. En primer lugar, son expresivas, ya que permiten que los personajes comuniquen estados emocionales de manera visual y efectiva. Además, son narrativas, pues estructuran la progresión de la historia y generan un impacto directo en la audiencia. Por último, cumplen una función social, al reforzar o cuestionar normas culturales y de género vigentes dentro de la comunidad digital.

Siguiendo nuevamente a Hochschild (2008), queda claro que la manera en que las emociones son representadas en estos espacios digitales no es aleatoria, sino que responde a expectativas socioculturales que determinan qué expresiones son apropiadas y cómo deben ejecutarse. En este sentido, el caso de Kimoa ilustra cómo las fachadas emotivas en los entornos digitales pueden servir tanto para reproducir estereotipos como para explorarlos y desafiarlos.

## **Representación de género y performatividad en los personajes**

Uno de los hallazgos más relevantes del análisis es la presencia de patrones de género estereotipados, pero también momentos de inversión y subversión dentro de la narrativa. En el corto, Kimoa y Kiosko encarnan roles de género convencionales en sus interacciones iniciales. Kimoa aparece como dependiente emocionalmente, expresiva y altamente afectiva; y Kiosko es representado como indiferente, con una actitud distante y autosuficiente. Como argumenta Butler (2001), el género es una construcción performativa que se reproduce mediante actos repetidos en el tiempo. En este caso, la manera en que Kimoa expresa sus emociones se ajusta a ciertos estereotipos asociados tradicionalmente a lo femenino. Desde el inicio del corto, se observa cómo la amplificación de la tristeza y la súplica refuerzan la imagen de lo femenino como pasivo y dependiente, configurando una emocionalidad que responde a normas afectivas socialmente aceptadas. Este patrón se consolida mediante el uso de lágrimas desbordantes y cambios abruptos en el tono de voz, enfatizando la idea de que lo femenino es intensamente expresivo desde el punto de vista afectivo.

Sin embargo, en la escena final, ocurre un cambio significativo en la dinámica de poder. Kimoa adopta una postura agresiva, rompiendo con la representación previa de vulnerabilidad y subvirtiendo temporalmente el estereotipo de lo femenino sumiso. Este desplazamiento performativo cuestiona la estructura de género establecida, mostrando que los personajes pueden asumir diferentes roles dentro de la interacción narrativa.

Siguiendo la teoría de Butler (2001), este momento representa un claro ejemplo de subversión performativa, donde la repetición de gestos y comportamientos de género es alterada para generar una disrupción en la normatividad. Dentro de la comunidad *Gachatuber*, estos intercambios de roles no son inusuales; más bien, parecen ser espacios fértiles para que las personas creadoras exploren, cuestionen y reconfiguren las normas de género en sus historias digitales.

## Reflexión sobre la apropiación tecnológica y las narrativas digitales.

El estudio también destaca cómo la apropiación de plataformas digitales como el videojuego Gacha Club y la red sociodigital YouTube han transformado las dinámicas de creación de contenido. Siguiendo a Winocur (2006), la apropiación tecnológica no es solo el uso instrumental de una herramienta, sino un proceso de reconfiguración simbólica, donde las personas usuarias dotan de significado a las tecnologías dentro de su contexto sociocultural.

En este caso, el videojuego Gacha Club no es solo una plataforma de entretenimiento, sino un espacio de experimentación narrativa y representación identitaria. La posibilidad de crear personajes y compartir historias en la plataforma YouTube ha generado una comunidad en la que las personas adolescentes pueden explorar su creatividad, interactuar con otras personas creadoras y desarrollar su identidad digital dentro de un entorno de validación social.

Sin embargo, este estudio también evidencia que la apropiación de estas tecnologías está condicionada por las estructuras de consumo digital, donde las personas creadoras deben adaptar sus producciones a formatos visuales y narrativos que aseguren la atención y el reconocimiento en la audiencia dentro de las plataformas empleadas. Lo anterior, plantea una tensión entre la libertad creativa y la necesidad de ajustarse a normas implícitas dentro de la comunidad digital.

## Conclusiones

A partir del análisis del corto “Cuando Kimoa ve a .... ♥(original)”, se han identificado varios aspectos clave sobre la producción y el consumo de narrativas digitales en la comunidad *Gachatuber*. En primer lugar, se confirma que la creación de contenido a través del videojuego Gacha Club sigue una lógica basada en la recombinación de elementos preexistentes, priorizando la estética visual y la respuesta afectiva inmediata sobre la originalidad narrativa. Asimismo, se constató que la expresión emocional en el corto está

altamente dramatizada, siguiendo patrones culturales que refuerzan normas de sentir y estrategias de manipulación afectiva dentro de la narrativa.

Por otro lado, el análisis permitió observar cómo los personajes reproducen estereotipos de género en gran parte del relato, aunque la escena final introduce una inversión de roles que desafía la normatividad de género, evidenciando la flexibilidad de las identidades digitales en estos entornos. Finalmente, se destaca el papel de la apropiación tecnológica, ya que el videojuego Gacha Club y la plataforma YouTube han facilitado que las personas adolescentes participen activamente en la creación de contenido audiovisual. No obstante, dicha producción está condicionada por normas estéticas y narrativas que buscan asegurar la atención y la viralización dentro de la comunidad.

En síntesis, este estudio revela que las narrativas digitales creadas a través del videojuego Gacha Club y la plataforma YouTube no solo son espacios de entretenimiento, sino también de experimentación identitaria, exploración emocional y negociación de normas culturales. Sin embargo, el consumo basado en la lógica de la base de datos y la validación social impone límites a la innovación creativa, reproduciendo estructuras visuales y narrativas preexistentes. Para futuras investigaciones, se recomienda explorar cómo estas dinámicas se modifican en distintos contextos culturales y de qué manera la comunidad *Gachatuber* puede generar nuevos modelos de representación identitaria en el entorno digital.

## Referencias bibliográficas

- Ana. (26 de mayo de 2021). *Cuando Kimoa ve a ...* ♥(original). <https://www.youtube.com/watch?v=I0liAojVwt8>
- Azuma, H. (2001). *Japans Database Animals*. London, Minneapolis: University of Minnesota Press/Horno, A. (2013). *Animación japonesa. Análisis de series de anime actuales*. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/34010>
- Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. <https://ganexa.edu.pa/wp-content/uploads/2014/11/ARTGBaudrillardJeanLaSociedadDeConsumo-SusMitosSusEstructuras.pdf>
- Boellstorff, T. (2016). For Whom the Ontology Turns. *Current Anthropology*, 57(4). <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/687362>
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Establés, M., Guerrero-Pico, M., & Contreras-Espinosa, R. (2018). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: Procesos de profesionalización entre adolescentes (74.a ed., pp. 214-237). *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1328>
- De la Fuente Prieto, J., Lacasa Díaz, P., & Martínez-Borda, R. (2019). Adolescentes, redes sociales y universos transmedia: La alfabetización mediática en contextos participativos (74.a ed., pp. 172-196). *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1326>
- Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Springer.

- Giroux, S., & Tremblay, G. (2004). *Metodología de las Ciencias Humanas. La investigación en acción*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1a. ed.). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/Goffman-E.-La-presentacion-de-la-persona-en-la-vida-cotidiana.-1-47.pdf>
- Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2013/06/182844192-goffman-erving-los-marcos-de-la-experiencia-introduccion-cap-2-conclusiones.pdf>
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. <https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet. Embedded, Embodied and Everyday*. <https://qdoc.tips/queue/hine-christine-ethnography-for-the-internet-3-pdf-free.html>
- Hochschild, A. R. (2008). *La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*. [https://compress-pdf.obar.info/#google\\_vignette](https://compress-pdf.obar.info/#google_vignette)
- Jenkins, H. (2008). *Cultura de la convergencia: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Lange, P. G. (2014). *Kids on YouTube: Technical identities and digital literacies*. Routledge.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. México: Universidad Autónoma Metropolitana. <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf>
- Linne, J. (2016). La multimidad. Performances íntimas en Facebook de adolescentes en Buenos Aires. *Estudios Sociológicos*, 35(100), 84-65. <https://www.redalyc.org/pdf/598/59844201003.pdf>
- Morris, C. (1971). *Fundamentos de la teoría de los signos* (1ª ed.). Paidós.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacch, J. (2019). *Etnografía digital. Principios y Práctica*. Madrid, España: Ediciones Morata S.L.
- Sacristán, A. (2013). (Comp). *Sociedad del conocimiento, tecnología y educación*. <https://es.b-ok.lat/book/11905612/0c09aa>
- Sánchez, J. & Contreras, P. (2012). *De cara al Prosumidor. Producción y consumo, empoderando a la ciudadanía 3.0*. [http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/8557/De\\_cara\\_al\\_prosumidor.pdf?sequence=2](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/8557/De_cara_al_prosumidor.pdf?sequence=2)
- Vázquez, V. 23 de agosto de 2021. *Exposición "Perspectiva teórica de Charles W. Morris"*. México: BUAP: Maestría en Estudios y Producción de la Imagen.
- Winocur, R. (2006). *Internet en la vida cotidiana de los jóvenes*. <https://www.redalyc.org/pdf/321/32112601005.pdf>
-

**Abstract:** This article explores the intersection between communication, technology, and sociodigital networks in the creation of digital narratives, through the analysis of the short film “Cuando Kimoa ve a .... ♥ (original)”, produced using the video game Gacha Club and shared on YouTube. It examines the representations of gender and emotions in digital animation, drawing on Azuma’s database consumption theory, Goffman’s dramaturgical approach, Butler’s theory of performativity, and Hochschild’s sociology of emotions. The qualitative methodology is based on digital ethnography and Morris’s semiotic model, allowing for an understanding of how digital platforms mediate technology appropriation processes and the construction of identities within sociodigital environments.

**Keywords:** communication - technology appropriation - digital narrative - performativity - sociodigital networks - prosumers - emotions - video game

**Resumo:** Este artigo explora a interseção entre comunicação, tecnologia e redes sociodigitais na criação de narrativas digitais, a partir da análise do curta-metragem “Quando Kimoa vê .... ♥ (original)”, produzido com o jogo eletrônico Gacha Club e divulgado no YouTube. São examinadas as representações de gênero e emoções na animação digital com base na teoria do banco de dados de Azuma, na abordagem dramaturgical de Goffman, na teoria da performatividade de Butler e na sociologia das emoções de Hochschild. A metodologia qualitativa fundamenta-se na etnografia digital e na análise semiótica de Morris, permitindo compreender como as plataformas digitais mediam os processos de apropriação tecnológica e a construção de identidades em ambientes sociodigitais.

**Palavras-chave:** comunicação - apropriação tecnológica - narrativa digital - performatividade - redes sociodigitais - prosumers - emoções - jogo eletrônico

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---