

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



Atena
Editora
Ano 2021

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília



Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



A produção do conhecimento nas ciências da comunicação

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Marcelo Pereira da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P964 A produção do conhecimento nas ciências da comunicação /
Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-741-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.410212012>

1. Comunicação. I. Silva, Marcelo Pereira da
(Organizador). II. Título.

CDD 153.6

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2021

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O campo da comunicação tem se consolidado na produção de conhecimento por meio de monografias, dissertações e teses em cursos de graduação, especialização e programas de Mestrado e Doutorado, mas, também, da realização de relevantes eventos regionais, nacionais e internacionais, de publicações em revistas científicas qualificadas e debates acerca de temáticas transversais que se enleiam aos processos comunicacionais contemporâneos, evidenciando relações inerentes entre passado, presente e futuro.

A Comunicação constitui-se de diversas áreas do saber que se entrecruzam e emolduram, por meio da especificidade de objetos empíricos e objetos teóricos, metodológicos e epistemológicos, produzindo investigações que tratam da sociedade, organizações, tecnologias, atores sociais etc. Pesquisas de importância internacional que devem atentar para a necessidade do impacto social, promovendo ações, propostas e produtos que interfiram na realidade de pessoas, comunidades, países, organizações e sociedades.

O mundo atual caracteriza-se pela confusão social, colapso da ética e da integridade, busca frenética do poder e de se apoderar da consciência do Outro por meio de narrativas e práticas de desinformação assim como pelo erigir do “ministério da verdade” que condiciona a verdade a “quem fala” e “de onde fala”, da “novilingua”, “novafala” ou “novidioma” que oprime o pensar e falar livres, abertos e do “duplipensar”, a aceitação simultânea de duas crenças mutuamente contraditórias como corretas, tal como profetizou George Orwell, em 1949, pensar, problematizar e analisar o lugar da comunicação nesse ambiente torna-se fulcral para as democracias, haja vista que ela, a comunicação, só prospera em lugares com abertura para a circulação de informação e de irrestrita liberdade de expressão, conforme os ditames da Constituição.

Nesse sentido, esta obra viceja, por meio da participação de pesquisadores do Brasil e de outras nações, múltiplas expectativas, desafios e oportunidades para a comunicação em um tempo de emergentes formas de ver, estar e sentir o mundo que ressignificam a existência, redefinem profissões e produzem emergentes modos de interação, troca e socialidade.

Queremos que o conhecimento aqui materializado, não sirva, de acordo com Hayek (2019, p.49), para moldar resultados como um artífice faz com sua obra, mas, ao contrário, para “cultivar um crescimento ao oferecer um ambiente favorável, aos moldes do jardineiro com as plantas”.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

HAYEK, F. A. **A pretensão do conhecimento**. São Paulo: LVM Editora, 2019.

Marcelo Pereira da Silva


SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A “ECONOMIA DA SAUDADE” E O ENCONTRO DE GERAÇÕES NA REDE DIGITAL FACEBOOK: ANÁLISE DA FANPAGE “CAMPINAS DE ANTIGAMENTE”

Marcelo Toledo Andriotti


Marcelo Pereira da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120121>

CAPÍTULO 2..... 11

CULTURA ORGANIZACIONAL E CULTURAS NAS ORGANIZAÇÕES SOB UMA PERSPECTIVA CRÍTICA

Juliane do Rocio Juski


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120122>

CAPÍTULO 3..... 23

COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA PERSPECTIVA DAS TEORIAS DA AÇÃO POLÍTICA DO JORNALISMO

Claudia Miranda Rodrigues


Leonel Azevedo de Aguiar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120123>

CAPÍTULO 4..... 35

AS TEMPESTADES DO PASSADO, VIAGENS DO PRESENTE

Georgina Rodríguez Herrera

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120124>

CAPÍTULO 5..... 46

A COMUNICAÇÃO E O CONSUMO DAS ARTES CÊNICAS NA PÓS-MODERNIDADE


Suelen Gotardo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120125>

CAPÍTULO 6..... 59

APRENDIZAJE E INVESTIGACIÓN. LAS SINERGIAS DETRÁS DE LA PRIMERA PRODUCCIÓN DOCUMENTAL DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA PREMIADA EN HOLLYWOOD


Alfonso Burgos Risco







 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120126>

CAPÍTULO 7..... 75


AS CONTRIBUIÇÕES DE GERD BAUMANN (2010) PARA O DEBATE MULTICULTURALISTA

João Renato de Souza Coelho Benazzi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120127>

CAPÍTULO 8	89
LITERACIA EM SAÚDE E LITERACIA DE MÍDIA: UM OLHAR SOBRE OS CONCEITOS E AS PRÁTICAS	
Adinan Nogueira	
Letícia Magalhães Pereira	
Maria Izabel Ferezin Sares	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120128	
CAPÍTULO 9	95
MANIFESTACIÓN EN REDES SOCIALES DE JÓVENES COSPLAYERS EN EL JUEGO DE “SER OTRA”, EL CROSSPLAY MASCULINO (M&F)	
María de la Luz Nalleli Martínez Hernández	
Sandra Flores Guevara	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120129	
CAPÍTULO 10	106
MODELO DE NEGÓCIO E GESTÃO PARA UM AMBIENTE VIRTUAL DE NOTÍCIAS COLABORATIVO (AVNC)	
Daniele Fernandes Rodrigues	
Luiz Renato de Souza Justiniano	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201210	
CAPÍTULO 11	122
ACESSO E CONSUMO DE NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS EM REDES SOCIAIS: NOTAS METODOLÓGICAS PARA A PROBLEMATIZAÇÃO DA NOÇÃO DE “PARTICIPAÇÃO”	
Telma Sueli Pinto Johnson	
Pedro Augusto Farnese de Lima	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201211	
CAPÍTULO 12	135
IMPLEMENTAÇÃO DE SEIS SIGMA EM UMA PADARIA NO MÉXICO	
Brenda Carolina Pérez Millán	
Erasto Vergara Hernández	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201212	
CAPÍTULO 13	143
A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER NO JORNAL CEARENSE O POVO	
Francielle Souza Nonato	
Isabella Vieira Santos	
Pedro Gabriel Barreto Ramos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201213	
CAPÍTULO 14	155
MULHERES: ALVOS DA SOCIEDADE	
Caio Vitor Silva da Costa	

Nathalia Rank de Freitas
Amarinildo Osório de Souza
Maria Lúcia Tinoco Pacheco

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201214>

CAPÍTULO 15..... 163

JOGO DE CHANTAGENS: REFLEXÃO SOBRE O CAMPO POLÍTICO BRASILEIRO E AS NOVAS FORMAS DE DISSUAÇÃO POLÍTICA A PARTIR DA CIBERCULTURA

Deusiney Robson de Araújo Farias

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201215>

CAPÍTULO 16..... 173

ZYL – 3 RÁDIO CLUBE DE GARÇA

Luciana Antunes

Andréa Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201216>

CAPÍTULO 17..... 183

DIREITO À INFORMAÇÃO OU À INTIMIDADE: A PALAVRA FINAL COM A JUSTIÇA


Sílvio Henrique Vieira Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201217>

CAPÍTULO 18..... 193

WEBDOC: A NARRATIVA INTERATIVA DO DOCUMENTÁRIO

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201218>

CAPÍTULO 19..... 205

DOCUGAME: A GAMIFICAÇÃO DO WEBDOC VALE DO RIO DE LAMA

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

João Carlos Massarolo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201219>

CAPÍTULO 20..... 216

MDOOH E O IMPACTO NO PÚBLICO NAS RELAÇÕES DE INTERAÇÃO, CONTEÚDO E AUDIÊNCIA

Leandro Rolim

Félix Ortega

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201220>


CAPÍTULO 21..... 227

ANÁLISE DE COMENTÁRIOS DAS PLATAFORMAS ONLINE DE RESTAURANTES MICHELIN NO BRASIL

Tiago Eugenio de Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201221>

CAPÍTULO 22	239
UMA HISTÓRIA CULTURAL DA PUBLICIDADE: PRIMEIROS MOVIMENTOS DO CAMPO NO BRASIL	
Bruna Aucar Everardo Rocha	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201222	
CAPÍTULO 23	252
GRAVIDEZ FITNESS E DISCURSOS CONTEMPORÂNEOS SOBRE A BOA FORMA	
Fabiola Calazans Angélica Fonsêca de Freitas	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201223	
CAPÍTULO 24	270
PRÉ-HISTÓRIA DO CD E DA DIGITALIZAÇÃO E DESMATERIALIZAÇÃO DO ÁUDIO NAS PÁGINAS DA REVISTA SOMTRÊS	
Luis Fernando Rabello Borges	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201224	
CAPÍTULO 25	283
HUMANO OU INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL? AUTORIA DE NOTÍCIAS SÃO QUESTIONADAS EM QUIZZES RELACIONADOS AOS CONCEITOS DE AGÊNCIA PESSOAL E INTERAÇÃO	
Luciane Maria Fadel Maria José Baldessar Regina Zandomênico	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201225	
CAPÍTULO 26	295
REALIDADE VIRTUAL E REALIDADE AUMENTADA: INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CAMPO DA MÚSICA	
Denise Mendes de Souza Gonçalves Marco José de Souza Almeida Ezidras Farinazzo Lacerda Filho	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201226	
CAPÍTULO 27	306
STORYTELLING HIPERCONECTADO: INTERNET DAS COISAS E NARRATIVA TRANSMÍDIA	
Adinan Nogueira Letícia Magalhães Pereira Maria Izabel Ferezin Sares	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201227	

CAPÍTULO 28.....	315
A LITERATURA EM CAMPANHA PELA PUBLICIDADE	
Marina Aparecida Espinosa Negri	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201228	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	328
ÍNDICE REMISSIVO.....	329

CAPÍTULO 9

MANIFESTACIÓN EN REDES SOCIALES DE JÓVENES COSPLAYERS EN EL JUEGO DE “SER OTRA”, EL CROSSPLAY MASCULINO (M&F)

Data de aceite: 01/11/2021

María de la Luz Nalleli Martínez Hernández

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Maestra en Ciencias Sociales

Dra. Sandra Flores Guevara

Profesora investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, perteneciente al Cuerpo Académico de Escenarios de la Comunicación.

RESUMEN: El desarrollo de diversas tecnologías ha fomentado el incremento de mejorías a favor de la población, entre las que se encuentran las TIC's, las cuales producen grandes cambios en los procesos de comunicación, aunado a las nuevas competencias se convierten en el reflejo de la tecnología y la cultura digital, contribuyendo a una mejor comprensión de diversas transformaciones entrelazadas con elementos culturales que comienzan a fortalecer vínculos con las tecnologías digitales, como las redes sociales, consideradas una alternativa de difusión y/o comunicación que contribuye a la creación de comunidades virtuales, mediante las cuales existe una mayor interacción entre los participantes de los denominados *cosplayers*, en el caso de esta investigación, del *crossplayer masculino (M&F)*, que buscan una interactividad entre sus participantes más allá de los centros de reunión y convenciones. Formando la materialización de un grupo que ve en las redes sociales un elemento esencial para el proceso de

su identidad.

PALABRAS CLAVE: Redes sociales, cosplay, crossplay, identidad

DEMONSTRAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DE JOVENS COSPLAYERS DO JOGO DE "SER OTRA", O MASCULINO CROSSPLAY (M&F)

RESUMO: O desenvolvimento de diversas tecnologias tem promovido o aumento de melhorias a favor da população, entre as quais estão as TICs, que produzem grandes mudanças nos processos de comunicação, aliadas a novas competências passam a ser um reflexo da tecnologia e da cultura digital, contribuindo para uma melhor compreensão das diversas transformações se entrelaçam a elementos culturais que passam a estreitar vínculos com as tecnologias digitais, como as redes sociais, consideradas uma alternativa de divulgação e / ou comunicação que contribui para a formação de comunidades virtuais, por meio das quais há uma maior interação entre os participantes dos chamados *cosplayers*, no caso desta pesquisa, o *crossplayer masculino (M&F)*, que buscam a interatividade entre seus participantes para além dos centros de reuniões e convenções. Formando a materialização de um grupo que vê nas redes sociais um elemento essencial para o processo de sua identidade.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia social, cosplay, jogo cruzado, identidade.

DEMONSTRATION ON SOCIAL NETWORKS OF YOUNG COSPLAYERS IN THE GAME OF “SER OTRA”, THE MALE CROSSPLAY (M&F)

ABSTRACT: The development of various technologies has fostered the increase of improvements in favor of the population, among which are ICTs, which produce great changes in communication processes, coupled with new skills become a reflection of the technology and digital culture, contributing to a better understanding of various transformations intertwined with cultural elements that begin to strengthen links with digital technologies, such as social networks, considered an alternative of dissemination and / or communication that contributes to the creation of virtual communities , through which there is a greater interaction between the participants of the so-called cosplayers, in the case of this research, the male crossplayer (M&F), who seek interactivity among their participants beyond meeting centers and conventions. Forming the materialization of a group that sees in social networks an essential element for the process of its identity.

KEYWORDS: social media, cosplay, crossplay, identity

INTRODUCCIÓN

En 1974 llega a México el mundo de la animación japonesa (anime) con Astroboy, pero, es hasta los 90's que inicia el auge del anime y el manga¹ en todo el país. Gracias a ellos, crece el número de seguidores, denominados “otakus”, logrando el aumento de personas que realizan la interpretación de personajes de ficción denominados *cosplayers*, este movimiento ha logrado mantenerse un largo tiempo en la cultura mexicana, en especial con el anime y el manga, el cual inició con representaciones físicas de los personajes del mundo de la fantasía en Japón, pero, ya se incluyen personajes no provenientes del país nipón.

Tras la llegada de las nuevas tecnologías, además de la significación y proyección de la imagen ha logrado una ampliación en su forma de expresión y, en el caso del anime, su transmisión llega a tal grado que los personajes se conciben más reales. Como afirma Darley (2002), el creciente bombardeo de imágenes mediáticas crea una saturación de ideales con la consecuencia de que el consumidor se alejará del contenido, y traslada su atención a la fascinación que genera este espectáculo de superficie y movimiento; llevando al público de la fascinación de personajes de ficción.

La actividad del cosplay, es llevada a cabo en su mayoría por jóvenes, pero, sin descartar la intervención de personas adultas, quienes establecen un vínculo afectivo con el personaje que interpretan, formando parte de su identidad y vida cotidiana, esta se considera como una forma de construcción identitaria, tanto a nivel individual como social, afirmado por Balderrama y Pérez, mencionados por Laura Quiroz (2015), autora que ve el juego del cosplay como una construcción sociocultural. Los jóvenes participantes, el crecimiento de las reuniones o convenciones de anime y manga, sumando el mundo de cómics y la llegada de sus personajes de ficción a las pantallas grandes, se convierten en

¹ Con las denominaciones genéricas de manga y anime se reconoce al primero como historieta gráfica o cómic y al segundo como dibujo de animación, aplicado en películas, series televisivas... (Poliniato, 2011).

testimonio e indicadores de cambios sociales y culturales, los cuales abren su panorama con la llegada de las redes sociales, logrando que, más cosplayers, crossplayers, etc., puedan interactuar de manera más amena, además de fomentar la actividad.

Es gracias a estas convenciones que se ha identificado el incremento de participantes en relación a jóvenes varones *crossplayers* que gustan del disfraz de hombre a mujer (M&F); cabe destacar que, en su mayoría son ellos mismos quienes elaboran gran parte o en su totalidad de su vestuario y accesorios, convirtiéndolos en *cosmakers*², lo cual, proporciona un status dentro del grupo, esto se considera de mucha importancia dentro del ámbito del mundo del *crossplay* masculino, al representar un espacio de recreación de nuevas masculinidades (Acosta Fandiño, 2018). Además de hacer de las redes sociales parte esencial en época de contingencia de hoy en día, este acontecimiento ha provocado que las convenciones sean canceladas o se vean en la necesidad de modificar fechas buscando llevarlas a cabo cuando el país se encuentre en condiciones propicias para continuar con reuniones al aire libre o en sitios cerrados con un gran número de personas. Debido a esto, se ven en la necesidad de utilizar con más frecuencia las redes sociales, videos en vivo en diversas plataformas, entre otras.

Algunas investigaciones en el tema está “Movimiento cosplay en la Ciudad de León, Guanajuato” por la Lic. en Antropología Social Jennifer Mariana Acosta Morales de la Universidad de Guanajuato, quien refiere que: “Las acciones de los mayoritariamente jóvenes que constituyen el movimiento otaku en la Ciudad de León, refuerzan una identidad colectiva y un imaginario sobre la cultura japonesa, a través de la reinterpretación de la animación, esta práctica cosplay se constituye como una práctica de desterritorialización en el marco de la globalización cultural que impera en la actualidad como afirma Acosta (2016), de igual manera, es una forma de compartir su entorno, así como, *la adquisición de nuevos conocimientos y creencias sobre “el mundo de la vida” que se dan como ciertas por individuos agrupados que constituyen una sociedad* (Taguenca Belmonte, 2016), como es el caso del cosplayer. En el caso de esta investigación el movimiento inicia desde el uso de distintas redes sociales: la magnitud que está cobrando esta práctica que se difunde por medio de las redes sociales y el internet. Esto se afirma con el surgimiento de un movimiento cosplay en la ciudad de León, al existir un grupo central que organiza actividades referentes a esta práctica, como *Un día de Cosplay*, creando eventos y coordinándose por las redes sociales con otros grupos organizadores que promueven la práctica del cosplay en otras ciudades (Acosta Morales, 2016, pág. 4).

DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

La metodología empleada en la presente aportación y para el análisis de información es llevada a cabo mediante dos tipos de técnicas, en donde se tomaran en cuenta la

2 Personas que realizan la vestimenta y accesorios que caracterizan a los cosplayer.

recolección de datos y análisis de los mismos, realizando una inspección para precisar conceptos que nos lleven a identificar elementos necesarios (dentro del grupo de cosplayers, en específicos los crossplayers masculinos), acercándose al material desde diferentes ángulos (Álvarez-Gayou Jurgensen, 2003), aunado a la utilización de las redes sociales como medio de comunicación y expresión lejos de las convenciones donde tradicionalmente se desarrolla la actividad. La investigación hará uso de la metodología cualitativa, tomando como eje central la identificación del significado que para el grupo juvenil denominado *crossplayer* son las posibles transformaciones que sufren en la identidad masculinidad, así como su desarrollo dentro de las redes sociales donde dan a conocer su trabajo.

Se busca realizar el análisis desde lo social al colectivo, mediante la triangulación de datos, estos métodos utilizados durante la observación o interpretación del fenómeno sean de corte cualitativo para que estos sean equiparables (...) lo que consiste en la verificación y comparación de la información obtenida en diferentes momentos, mediante diversos métodos (Okuda Benavides & Carlos, 2005); donde se incluya a la performatividad, entendiendo a esta con su interacción con los procesos culturales, en este caso, a partir de dos culturas (principalmente), ya que el crossplay masculino o M2F³ puede identificarse como una reminiscencia de los actores onnagata⁴ del Teatro Kabuki⁵, donde los hombres eran quienes interpretaban los personajes femeninos; para Ho (1996) los onnagata, los roles (imitaciones femeninas), son altamente considerados como una forma de arte sofisticada y uno de los logros más significativos del Kabuki, que no tiene paralelo en ninguna otra parte del mundo (Leng, 2013). Por lo tanto, los crossplyers M&F mediante el contacto e influencia de la cultura japonesa, podrían realizar esta actividad como forma de manifestar su identidad, que tiene elementos culturales semejantes en México a los muxes y chuntaes. Por lo tanto, *se estudia las experiencias en sus representaciones performativas, los espectáculos de la cultura* (K. Denzin, 2016), que el crossplayer puede realizar mediante la exteriorización de esta actividad, aunado a la interacción que logran mediante las redes sociales, al no contar con una convención donde el tema central sea el crossplay en todas sus versiones.

El tema acerca del cosplay en México desde diversas perspectivas, análisis y estudios, nos permite indagar entre el surgimiento de nuevas identidades sociales y culturales que se muestran mediante la exteriorización de características que unen dos culturas con matices diversos, las cuales logran manifestarse mediante las redes sociales tanto colectivas como personales, como el es el caso de los crossplayers Dorian Lullaby y Erus Noctem, quienes están de manera activa para dar a conocer su trabajo mediante fotografías y en el caso de Erus Noctem con la creación de un grupo en redes sociales para

3 Terminó creado por Rachel Leng es su trabajo Gender, Sexuality, and Cosplay: A Case Study of Male-to-Female crossplay; en referencia al juego de masculino a femenino, en específico a la actividad del cosplay.

4 Actores masculinos especializados en papeles femeninos. <https://ich.unesco.org/es/RL/el-teatro-kabuki-00163>

5 Es una forma de teatro tradicional del Japón que surgió en la época Edo, al principio del siglo XVII, y que era particularmente popular entre los habitantes de las ciudades. Originalmente, en las obras de teatro Kabuki actuaban hombres y mujeres, pero más tarde quedó limitado a los actores masculinos, una tradición que ha perdurado hasta hoy. *Ibidem*

fomentar y dar apoyo a sus miembros.

Los avances tecnológicos han logrado el auge del internet y otros medios de comunicación, llegando a más público para dar a conocer la cultura popular de Japón, como consecuencia de ello, inicia la actividad del cosplay dentro de las convenciones. Hablar de estos jóvenes y las actividades que realizan dentro de las convenciones u otros eventos afines, es analizar la identidad de sus integrantes, los cuales se organizan, perfeccionan y crean elementos esenciales para la caracterización de un personaje con el cual se sientan identificados o que los convierte en “otra persona”, estos comportamientos, actividades o prácticas a través de los cuales los miembros se convierten en quienes externalizan y concretan los símbolos propios de esta comunidad (Quiroz Castillo, 2015), además de la interpretación y creación de elementos acorde al personaje, logrando así establecer un vínculo afectivo, convirtiéndolo en parte de su identidad y vida cotidiana; mediante procesos de interacción tanto de manera personal, como en recientes fechas en las redes sociales.

El primer registro que se tiene de los cosplayers en México, es en la CONQUE (1994), pero aún no eran denominados de esta manera; para Serrano Pérez (2017), es en 1999 durante la Mole Comic Con, surge el primer evento dedicado a los disfrazados, fue denominado “el bailongo”, celebrado para finalizar dicho evento. Posterior a ello, el número de *cosplayer* creció, al punto que, llegaron a participar en diversos certámenes a nivel mundial, tal es el caso de *World Cosplay Summit*, llevado a cabo cada año en Japón, siendo México el ganador en dos ocasiones: *México se lleva el primer lugar, en esta ocasión por el equipo llamado Banana Cosplayers (Luis Gamboa y Eduardo Peralta), quienes interpretaron a Chun-Li y Dhalsim de Street Fighter* (Cruz, 2018), donde uno de los miembros realizaba *crossplayer* (con el personaje de Chun Li); en el 2015 dicho certamen fue ganado por primera vez para México con *Twin Cosplay* (Shema Arroyo y Juan Carlos Tolento). En el caso del *crossplay* masculino uno de los posibles motivos de su auge es, aunado a los concursos ganados en 2015 y 2018, la popularidad en redes sociales del jugador de videojuegos Sneaky⁶, (quien realiza streaming de diversos videojuegos) y el cantante Lady Beard⁷ quien de igual manera hace uso de las redes sociales para dar a conocer su trabajo fotográfico en el aspecto del *crossplay*.

Con los avances tecnológicos, las reuniones y convenciones tienen otro aliado que les ayuda a darse a conocer a un público más amplio, tanto las actividades realizadas como grupos dentro de las redes sociales donde se pueden dar conocer cada uno de los trabajos que se realizan entorno al cosplay; un ejemplo es, el trabajo fotográfico que representa a cada uno de los personajes, los cuales en algunos casos necesitan de retoques digitales

6 Zachary “Sneaky” Scuderi, jugador profesional de videojuegos (League of Legends) Campeón de LCS NA en 2014 con Cloud9; quien el 27 de febrero de 2018 reveló que al llegar a 5000 suscriptores en Twitch, haría el cosplay (*crossplay*) de Lux Elementalist, revelando que ha llevado aún más lejos su seguridad en sí mismo demostrando que, no tiene nada malo el hacer cosplay del sexo opuesto (Matteucci, 2018).

7 Idol japonés, cantante de pop y Heavy Metal australiano de nombre Richard Magarey, se caracteriza por usar vestidos o realizar cosplay de personajes femeninos, pero, sin dejar a un lado su peculiar barba e imagen física varonil (Lokkie, 2016).

para una mayor similitud con el personaje, además de la realización de tutoriales para la creación de props (accesorios) y venta de artículos necesarios para lograr el cometido de un cosplay.

Es importante tener en cuenta los conceptos base y ámbito histórico dentro del mundo de las redes sociales. La esencia de la tecnología va más allá de las posibles experiencias y alternativas que día a día van evolucionando, para llegar a realizar modificaciones que faciliten cada una de las herramientas fortaleciendo tanto experiencias como alternativas creadas en pro de las necesidades surgidas a lo largo de la evolución del ser humano. Para Mier (2006), es importante tomar en cuenta, *el panorama que emerge con los objetos tecnológicos es también una figuración del tiempo; sobresaltos, derrotas y metamorfosis de la memoria, creación de zonas difusas del conocimiento, mutación y multiplicación de las identidades y los saberes* (pág. 15). Enfatizando en ver a la tecnología como un método de identidad, formando parte en cada uno de los aspectos de la vida y la experiencia, considerando a este punto como una manifestación tecnologizada de la vida, elemento importante en la construcción del despertar de la fantasía. Lo que se busca es materializar los símbolos que van surgiendo a través de los avances tecnológicos, creando un universo tecnológico cada vez más allegado a los diversos ámbitos de la vida, para lograr que, desde otro ámbito se pudiera dar una interacción en busca de establecer nuevos vínculos dentro de las relaciones, así lograr nuevos modos de convivencia y comunicación que nos lleven a una nueva forma de involucramiento social dentro de mecanismos para la realización de uniones entre grupos de personas. De tal forma, con el apoyo de la tecnología se pueda interactuar dentro de un mundo virtual para una comunicación menos tradicional en los espacios virtuales, dejando a un lado la barrera de la distancia y en algunos casos incluso la barrera del idioma.

En ese sentido, es como podemos reconocer que, gracias al desarrollo de la tecnología se consuman a las redes sociales, pero, antes de hablar de ellas lo importante es adentrarnos en el concepto de cibercultura, identificada como: *al conjunto de los sistemas culturales surgidos en conjunción con dichas tecnologías digitales (TIC)* (Lévy, 2007). Los avances en la tecnología llevaron al surgimiento de dichos elementos para una transformación en las técnicas de desarrollo y de comunicación; esta creciente comunidad ve en el internet y en las redes sociales parte de nuevas formas de comunicación, potencializando sus recursos por medio de esta interacción entre tecnología y sociedad, las cuales forman nuevos grupos de “amigos” que están en constante movimiento dentro de las redes sociales, fomentando a su vez, encuentros o reuniones fotográficas, así como, sitios que den herramientas, manuales e ideas para la creación de utilería y accesorios, capacitando a comunidades virtuales; tal como Frugone (2018) lo refiere: no solo por la visualización globalizada, sino porque el concepto identitario del cosplayer depende pura y exclusivamente de su carácter virtual.

Y a todo ello, ¿qué entendemos por comunidad virtual? Para Rheingold (2000),

mencionado por Lami, Rodríguez del Rey y Pérez (2016), una comunidad virtual es considerada como “agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, este grupo de personas hacen el uso de las tecnologías como medio de comunicación, brindando a nuevos y posibles miembros la interacción con cada uno de ellos, creando fuertes lazos para fortalecer y hacer crecer la comunidad en la que interactúan. Para tales supuestos, es importante definir a la comunidad virtual desde tres puntos importantes:

- 1. Debe existir un lugar: en el que los individuos pueden mantener relaciones de carácter social o económico.*
- 2. Símbolo: posee una dimensión simbólica, donde los individuos tienden a sentirse simbólicamente unidos al contexto, a su vez, se crea un espacio provocado por la sensación de pertenencia.*
- 3. Virtual: poseen rasgos comunes a las comunidades físicas; el rasgo diferenciador es que se desarrolla, al menos parcialmente, en un lugar virtual, o en un lugar construido a partir de conexiones telemáticas (pág. 96).*

Uno de los ejemplos más representativos de esta comunidad es la denominada “Cure”; su página web⁸ es probablemente el centro virtual más grande de atracción para este tipo de personas. Cuenta con más de 1.2 millones de usuarios, según comenta el responsable, Inui Tatsumi, al portal Nippon.com (Fujiwara, y otros, 2017), en esta página existe otra pantalla de expresión y de identificación entre los integrantes no solo de la comunidad cosplay; reconociendo las representaciones generadas de este proceso de relaciones, donde se logra mostrar el nacimiento de nuevas tribus o grupos sociales que reconocen y adoptan valores de las culturas emergentes a través de sus representaciones, además de visualizar elementos para la construcción de identidades que favorecen el crecimiento económico, cultural y social. Los autores, también hacen mención de las redes sociales, las cuales son consideradas como un escaparate para el cosplay, como afirman los autores, se pueden encontrar páginas oficiales o de amplia popularidad como “World Cosplay”, que se puede consultar en 12 idiomas y cuyos usuarios son mayormente extranjeros.

En el caso de México esto se puede visualizar en “*Colectivo crossplay, trans y trapitos*”, siendo los fundadores Erus Noctem y Karen Marymar (crossplayers) quienes realizaron diversos encuentros para fomentar esta actividad, el cual ve, en las redes sociales el medio para realizarla; desde su página oficial de Facebook Erus Noctem hace las invitaciones a estas reuniones, y quien ve en la idea de este grupo específico en esta red social, una forma de apoyo a la comunidad no solo de crossplayers masculinos, sino también, a los denominados trapitos y trans, para encontrar en estas reuniones, un lugar de cooperación entre integrantes, que busca dar clases de maquillaje, compartir anécdotas

⁸ <https://worldcosplay.net/es/>

relacionadas con la actividad, así como, un centro de reunión para platicar acerca de las problemáticas que enfrentan al realizar estas actividades. Estas reuniones eran llevadas de manera presencial una vez al mes, desde agosto de 2019, hasta febrero del 2020, cuando tuvieron que suspender reuniones debido a la prohibición de actividades con gran número de personas, esto debido a las medidas tomadas a nivel nacional a causa del Covid19.

El colectivo nace con la idea de utilizar las redes sociales como medio para que, interesados en el tema formen parte del grupo y no se encuentran en el centro de reunión principal de las actividades el cual se ubica en Parque Hundido en la Ciudad de México, sitio en el cual se han llevado a cabo las reuniones, pero no considerado como lugar permanente de la reunión bajo la coordinación de Erus Noctem o Male Female feminae (otro de los nombres con los que hace llamar), se crearon una serie de estatus para llevar a cabo el grupo oficial del Colectivo en la búsqueda de un de realizar de nueva cuenta. Pero, con la misma idea de crear el colectivo, que, mediante las redes sociales busca abrir las puertas a todo aquel participante que esté interesado, a pesar de los posibles contratiempos a los que se puedan enfrentar, pero, tomando en cuenta las herramientas necesarias durante el proceso de esta modalidad que son parte importante en la construcción de una plataforma de identidad dentro de la comunidad cosplayer/crossplayer. Como uno de sus fundadores lo refiere: se busca ser un grupo consolidado, dedicado a formar un colectivo que contribuya al desarrollo social de las comunidades crossplayers y traps, a través de programas, talleres y actividades recreativas que fomenten confianza entre los miembros (ErusNoctem, 2020).

De igual manera, busca abrir las puertas a todo aquel participante de estas actividades, no exclusivamente al *crossplay*, utilizando una serie de herramientas para el proceso de la utilización de esta modalidad para constituir una plataforma de identidad de la comunidad. Hay que aclarar las diferencias entre una comunidad digital y las redes sociales, para no hacer un incorrecto uso de los términos dentro del colectivo. Gallego (2013) hace referencia de sus diferencias: las redes sociales son el vehículo, el lugar de encuentro, el entorno donde la gente se reúne (...) son las que cambien el mundo, quienes crean valor; la comunidad virtual el lugar físico donde interactúan los integrantes de la comunidad. Por lo tanto, entre las herramientas a utilizar están las mencionadas por Ferri (2006, pág. 3) en su Manual de Introducción de Comunidades virtuales:

Herramientas de comunicación	Ámbitos de aplicación más importantes
Tablones de mensajes/Libros de visitas	Expresiones espontáneas de opinión sin la "presión" de tener que participar inmediatamente en una discusión: informan sobre el estado de ánimo general.
Foro de chat	Encuentro espontáneo con personas de inclinaciones afines. Muy dependiente de la cifra de participantes. Los visitantes tienen que estar activos simultáneamente en la página. Puede tener lugar en momentos determinados, acordados.
Archivo de chat	Almacenamiento o "grabación" de todos los chats moderados, para información de otros miembros
Foros de correo electrónico/Tablones de anuncios/Grupos de noticias	En muchas comunidades son el centro de comunicación entre los miembros. Iniciación individual, en cualquier momento, en una o varias temáticas. Visión global sobre opiniones controvertidas.
Listas de correo	Discusión entre varios participantes sólo a través del correo electrónico.
Correo electrónico	Conversación individual, no pública, de miembros entre sí o bien con el administrador de la comunidad.
Servicios buscapersonas/SMS	Envío de informaciones desde el sitio web a móviles.
Mensajería instantánea	Contacto espontáneo, individual, en tiempo real y similar al chat: se puede dirigir en el sitio de forma intencional a personas de inclinaciones afines.

Algunas de las actividades a realizar el Colectivo se encuentran: el brindar espacios de aprendizaje, confianza y empoderamiento en beneficio de su identidad, para contribuir de manera positiva a cada uno de sus miembros; la manifestación de la actividad crossplay masculina y el trap ha tenido poca aceptación, por lo que, se busca hacer compañía en el proceso.

COMENTARIOS FINALES

El colectivo, se vio suspendido debido a la contingencia del Covid19, por esta razón, se dejó de hacer la actividad de manera presencial, enfocándose en su mayoría en las redes sociales, principalmente de uno de los fundadores (Erus Noctem), posterior a esto se decidió cerrar la página de Facebook (Colectivo crossplay, traps y trapitos) debido a diferencias entre los administradores, pero, en el mes de septiembre 2020 iniciaron las nuevas interacciones entre los miembros, desde la página oficial de Erus Noctem, en la búsqueda de realizar de nuevo el grupo. Pero, con la misma idea de crear el colectivo, que, mediante las redes sociales busca abrir las puertas a todo aquel participante que así lo desea, a pesar de los posibles contratiempos a los que se puedan enfrentar, pero, tomando en cuenta las herramientas necesarias durante el proceso de esta modalidad que son parte importante en la construcción de una plataforma de identidad dentro de la comunidad cosplayer/crossplayer.



Figura 1. Segunda reunión del Colectivo crossplay

CONCLUSIONES

El *cosplay* en el ámbito de las redes sociales y el internet existían sin la fuerte interacción con la que hoy se cuenta, sin embargo, gracias a ellas se ha logrado abrir un mayor campo para un desarrollo de esta actividad, a pesar de tener ciertas dificultades tanto en la utilización de las redes sociales como en el desarrollo de técnicas de edición que van mejorando con la creación de nuevas tecnologías en apoyo a la edición de fotografías dentro del mundo del *cosplay*, provocando el crecimiento de nuevos cosmodels alejados de la esencia del *cosplay* tradicional, quienes solo se dedican a mostrar al público imágenes de personajes más reales en conjunto con los trajes y maquillajes propios del *cosplay*.

De igual manera, tanto los *cosplayers* como *crossplayers* (ya sea masculinos o femenino), tienen a la mano más herramientas y elementos que contribuyen para lograr un proceso de creación de accesorios con mayor rapidez con ayuda de videos o venta de patrones realizados con diferentes técnicas de *cosplayers* profesionales. Contribuyendo a la comercialización de productos hechos por *cosplayers* o *cosmakers* profesionales; sin olvidar al fortalecimiento de la comunidad *cosplayer/crossplay* digital, por medio de la cual se lleva a cabo una construcción de identidad “virtual” a través de diversos medios de difusión. De esta manera, hacer de las redes sociales un elemento esencial del Colectivo, para fortalecer los vínculos entre los miembros y la validación de la identidad del *crossplay* M&F.

El cuerpo de *crossplay* masculino se convierte en un medio lúdico al jugar y experimentar con la idea de un cuerpo ajeno al suyo, representando retos al estar frente a

un cuerpo con características tradicionalmente masculinas, y biológicamente ajenas hacia un cuerpo con características femeninas, logrando transgredir las normas establecidas dentro de una presentación cotidiana-tradicional, independiente a su identidad de género. Para cada uno de ellos es una experiencia estética mediante la interacción de sus rasgos personales con el juego del cosplay, entre la cotidianidad y el mundo de fantasía.

La realización del crossplay masculino en redes sociales aborda una conexión fuerte entre la identidad y la performatividad, al incorporarse en facetas virtuales donde la interpretación de personajes se manifiesta en gran medida en las fotografías. En el caso del crossplay M2F se convierte en un juego de interpretación lejos de la estigmatización de los atributos del género para la construcción de relaciones y reproducción de un espacio donde se logra transgredir las normas de vestimenta. Existe una identificación mayor a lo que podemos llamar “cross-sexual”, al ser consumidores de diversos productos, accesorios, props, al conllevar un esfuerzo en la búsqueda del reconocimiento de una representación perfecta.

REFERENCIAS

Acosta Fandiño, J. J. (2018). Escenas de la masculinidad cosplay y exploraciones del cuerpo deseado y la extimidad. *Lúdica Pedagógica. Educación Física, recreación y deporte*.

Acosta Morales, J. (2016). *Movimiento Cosplay en la Ciudad de León Guanajuato*. León: Universidad de Guanajuato.

Álvarez-Gayou Jurgensen, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós Educador.

Cruz, A. (07 de agosto de 2018). México gana campeonato mundial de cosplay en Japón.

Darley, A. (2002). *Cultura Visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Paidós.

ErusNoctem. (14 de abril de 2020). Colectivo crossplay, trans y trapitos . (M. H. Luz, Entrevistador)

Ferri Aracil, P. (2006). Manual de Introducción a las Comunidades virtuales. *Mosaic. Tecnologías y comunicación multimedia*.

Fujiwara, K., Tsunemi, R., Katayama, S., Arata, R., Shinya, M., Hatano, Y., . . . González, S. L. (2017). Cosplay ¿Buscando otra identidad? *COMUNICKANDA/TOKIO*, <https://comunickanda.files.wordpress.com/2017/01/cosplay-otra-identidad.pdf>.

Gallego Vázquez, J. A. (2013). *Comunidades virtuales y Redes Sociales*. Wolters Kluwer.

K. Denzin, N. (2016). Re-leyendo performance, praxis y política. *Grupo de Interés especial en Investigación cualitativa en español y Portugués. Internacional Association of Qualitative Inquiry*.

Lami, R. d., Rodríguez del Rey, R. M., & Pérez, F. M. (2016). Las Comunidades virtuales de aprendizaje: sus orígenes. *Univeridad y Sociedad. Revista Científica Multidisciplinaria de la Universidad de Cienfuegos. Septiembre- diciembre, volúmen 8*, 93-101.

Leng, R. (2013). Gender, Sexuality, and Cosplay: A Case Study of Male-to-Female crossplay. *The Phoenix Papers First Edicion*, 89-110.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. España: Anthropos editorial & Univerisad Autónoma Metropolitana.

Lokkie. (2016). *pandacurioso*. Obtenido de pandacurioso: <https://esports.as.com/league-of-legends/cloud9/sneaky/>

Matteucci, C. (18 de marzo de 2018). *Tarreo*. Obtenido de Tarreo: <https://www.tarreo.com/noticias/467914/Jugador-profesional-de-Cloud9-Sneaky-sorprende-a-sus-fanaticos-con-transmision-en-cosplay-de-Lux>

Mier, R. (2006). Vértigos de la opacidad: tiempos y experiencia en el régimen tecnológico. *TRAMAS 25. UAM-X* , 13-39.

Okuda Benavides, M., & Carlos, G.-R. (2005). Métodos en investigación cualitativa, triangulación. *Colombiana de Psiquiatría. Volumen XXXIV, número 1*, 118-124.

Poliniato, A. A. (2011). Mangas y animación japonesa: epítomes de cultura y estética posmodernas. En J. Vilasr, & R. Alvarado, *Comunicación, lenguajes y cultura. Intersecciones con la estética* (págs. 91-154). México: Univerisidad Autónoma Metropolitana .

Quiroz Castillo, L. I. (2015). *Cosplay, Jugando a ser otro. El uso del disfraz en la construcción sociocultural de las comunidades otaku en México*. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia.

Serrano Pérez, J. F. (2017). *Carnaval Cosplay. El disfraz como campo de negociación de alteridades en el CArnaval de Tlaxcala y en el cosplay del Distrito Federal*. México : Universidad Nacional Autónoma de México.

Taguena Belmonte, J. A. (2016). La identidad de los jóvenes en los tiempo de la globalización. *Revista Mexicana de Sociología*, 633-654.

Torti Frugone, Y. d. (2018). Cosplay: Origen y Comunidades virtuales . *Revista Luciérnaga* , 4-13.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Aplicativos 89, 91, 92, 199, 211, 262, 295, 301, 302, 303, 304

Artes cênicas 4, 46, 47, 50, 52, 55, 56, 57, 58

Assédio 150, 155, 156, 157, 160

Audiência 6, 1, 2, 30, 118, 176, 216, 219, 221, 222, 225, 285

Autobiografia 35, 40, 45

C

Campinas 4, 1, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 179, 192, 203, 215, 315, 328

Campo político 6, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171

CD 7, 270, 271, 274, 275, 276, 277, 278, 281, 282

Censura 25, 183, 188, 189, 190, 192

Centro de convivência 1, 5

Chantagem 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Ciberespaço 34, 107, 108, 109, 112, 116, 118, 119, 164, 167, 168, 170, 171, 203, 215, 295, 296, 300, 301, 304, 305

Cliente 48, 110, 115, 135, 137, 219, 221, 242, 246

Comunicação 2, 3, 4, 1, 11, 12, 19, 20, 22, 23, 24, 28, 32, 33, 34, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 55, 56, 57, 58, 75, 82, 83, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 106, 107, 108, 109, 110, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 132, 133, 134, 144, 146, 147, 155, 156, 158, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 173, 180, 181, 182, 184, 187, 189, 190, 191, 192, 195, 197, 199, 201, 202, 203, 209, 211, 212, 214, 216, 217, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 239, 240, 241, 242, 246, 247, 248, 252, 268, 270, 271, 272, 273, 274, 283, 284, 285, 286, 290, 291, 292, 295, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 313, 314, 315, 316, 317, 325, 328

Conscientização 155, 156, 158

Convergência digital 216

Corpo 4, 18, 148, 243, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 297, 300, 302

Cosplay 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105

Crossplay 5, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 105

Cultura organizacional 4, 11, 12, 16, 18, 19, 20, 21, 22

D

Democracia 12, 133, 163, 164, 166, 170, 171, 185, 186, 189

Digitalização 7, 24, 108, 270, 271, 274

Divulgação 30, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 95, 149, 171, 186, 187, 188, 198, 301, 316, 324

Docugame 6, 193, 197, 200, 205, 211, 212, 214

F

Facebook 4, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 30, 31, 54, 55, 101, 103, 111, 112, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 130, 131, 134, 199, 211, 227, 228, 230, 233, 234, 235

Fan-page 1, 3

G

Gamificação 6, 200, 202, 205, 212, 213, 214

Gestão cultural 46, 48, 50, 55, 58

H

História cultural 7, 15, 239, 250

História do rádio 173, 175

Howard Becker 239, 240

I

Identidade 17, 22, 47, 49, 50, 53, 54, 55, 58, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 95, 113, 156, 167, 180, 182, 243, 246, 250, 318

Identidade cultural 75, 76, 86, 243, 246

Indústria jornalística 106, 108, 109, 112

inteligência artificial 7, 283, 284, 285, 286, 287, 289, 291, 292

Interatividade 91, 95, 107, 134, 196, 197, 200, 201, 206, 210, 211, 216, 217, 218, 223, 224, 225, 291, 303

Interface 22, 94, 133, 200, 201, 221, 286, 293, 295, 302

Internet 7, 2, 23, 24, 28, 29, 32, 33, 53, 72, 92, 97, 99, 100, 104, 106, 107, 108, 110, 120, 123, 124, 162, 167, 168, 171, 172, 195, 197, 198, 205, 206, 209, 211, 217, 218, 219, 226, 272, 296, 301, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314

Internet das coisas 7, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313

Intimidade 6, 56, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 309

J

Jornalismo 4, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 33, 34, 46, 47, 48, 55, 56, 57, 58, 94, 108, 112, 120, 122, 134, 143, 144, 145, 151, 183, 186, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 200, 201, 202, 203, 206, 209, 210, 212, 217, 283, 284, 285, 293

Jornalismo multimídia 193, 196, 210

Jornal o povo 143

L

Lean manufacturing 135
Liberdade de informação 184, 185, 187, 188, 189
Liberdade de informação 183
Liberdade de Informação 191
Linguagem Natural 227, 292, 293
Literacia de mídia 5, 89, 90, 91
Literacia em saúde 5, 89, 90, 91, 92

M

Memória 4, 5, 6, 9, 108, 173, 174, 175, 182, 282, 298
Mídia ninja 23, 25, 29, 30, 31, 32, 33
Modelo de negócio 106, 108, 109, 113, 114, 119, 120
Modelo de negócio 5, 106, 116, 120, 121
Mulher 5, 29, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 217, 252, 253, 254, 257, 259, 264, 266, 267, 268, 269, 320, 321, 322
Multiculturalismo 75, 76, 78, 80, 82, 84, 85, 86, 87
Música 7, 8, 37, 49, 50, 52, 56, 180, 194, 200, 212, 231, 250, 270, 289, 291, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305

N

Narrativa jornalística 193
Narrativas transmídia 306, 309, 314
Notícias 5, 7, 23, 26, 30, 33, 34, 106, 108, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 133, 146, 163, 164, 168, 170, 171, 174, 188, 199, 211, 217, 243, 254, 283, 284, 285, 288, 289, 291, 293

O

O Estado de S. Paulo 121, 122, 123, 128, 246
Organizações 3, 4, 11, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 46, 47, 51, 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 119, 164, 241
Out of home 216, 220

P

Panificadora 135, 139
Participação 3, 5, 1, 46, 106, 119, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 132, 133, 217, 240, 246, 303, 307

Pauta 29, 56, 143, 158, 165, 254, 322

Publicidade 7, 8, 2, 24, 25, 27, 46, 48, 54, 56, 112, 115, 118, 119, 155, 173, 185, 216, 219, 223, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 252, 306, 307, 308, 311, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 320, 321, 322, 323, 324, 326, 327

Q

Quiz 283, 284, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293

R

Rádio regional 173, 182

Realidade aumentada 7, 295, 296, 297, 298, 299, 302, 303, 312

Realidade virtual 7, 295, 296, 297, 298, 301, 302, 303, 304, 305

Redes digitais 110, 296, 301

Religião 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 156, 174, 180

Restaurantes 6, 1, 4, 5, 111, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 234, 235

Revista somtrês 7, 270

Riqueza intangível 106, 108, 110, 111, 112, 115, 117, 119

S

Six sigma 135, 142

Storytelling 7, 202, 214, 306, 307, 308, 309, 310, 312, 313, 314

Subjetividades 252, 253, 258, 265, 266, 268, 300

T

Tecnologias digitais musicais 270, 301

Teorias do jornalismo 23, 31, 34

V





Vale do rio de lama 6, 195, 199, 202, 205, 207, 211, 214

Violência 5, 27, 30, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 156, 157, 160, 162, 164, 165, 320, 321




W

Webdocumentário 193, 195, 196, 197, 199, 202, 205, 206, 209, 211, 212, 214.

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

-  www.arenaeditora.com.br
-  contato@arenaeditora.com.br
-  [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
-  www.facebook.com/arenaeditora.com.br