



Esta obra está bajo
una Licencia Creative

Commons AtribuciónNoComercial-SinDerivar
4.0 Internacional

Cómo citar este artículo: Pereira, P. R. (2026). Brillo, consumo y simulacro en la cura digital: *Miss Moda*. *Neatá. Revista digital del Grupo de Estudios Semio-discursivos (GESEM, SGCYT-UNNE)*, 8 (1), pp. 1-3. <https://doi.org/10.30972/nea.819388>

Brillo, consumo y simulacro en la cura digital: *Miss Moda*

Glitter, Consumption, and Simulacrum in Digital Culture: *Miss Moda*

Pereira, Patricia Romina

rominnapatriciapp@gmail.com

Profesorado y Licenciatura en Letras

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (FHyCS)

Universidad Nacional de Misiones (UNaM)

Estudiante avanzada de la carrera del Profesorado y Licenciatura en Letras en la Universidad Nacional de Misiones. Se interesa por los estudios semióticos, la cultura digital, y participa en espacios académicos vinculados a la Literatura y la Teoría Crítica.

Miss Moda es un juego virtual orientado a la moda y a la socialización que permite a sus usuarias construir una identidad digital basada en la estética, el consumo desmedido y demás. A primera vista, puede parecer un entretenimiento ligero, sin embargo, analizando desde una perspectiva semiótica, se revela como un texto cultural complejo que condensa múltiples lógicas de la contemporaneidad.

En este marco, resulta pertinente pensar al juego como un dispositivo no sólo que entretiene, sino que también produce sentido. Desde la semiótica, se puede comprender como un sistema de signos donde cada elemento como la vestimenta, los accesorios y los vínculos adquieren un valor dentro de una red de significaciones más amplia. Así, el entorno virtual no es un mero pasatiempo, sino un espacio donde se ponen en circulación discursos sobre el cuerpo, el éxito, la feminidad y el consumo.

En este sentido, está orientado a un público adolescente en el que las usuarias gestionan un avatar femenino dado por las mecánicas básicas. A través de distintas acciones, tales como elegir vestuario, decorar el lugar, participar en concursos de belleza y establecer vínculos con personajes masculinos predeterminados; las jugadoras buscan acumular popularidad y avanzar de nivel. El sistema se organiza en torno a eventos temáticos, rankings y recompensas, configurando un entorno donde la estética, la interacción y la competencia ocupan un lugar central.

Asimismo, se construye un modelo específico de feminidad que se apoya fuertemente en la apariencia y en la capacidad de

Ensayos

consumo. La identidad del avatar no se define por rasgos psicológicos o narrativos profundos, sino por su imagen y su capacidad de adaptarse a las tendencias. Esto refuerza una concepción de la subjetividad ligada a lo visible y a lo evaluable, donde “ser” se traduce en “parecer” y en “ser vista”. De esta manera, no sólo se reproducen estereotipos, sino que también entrena a las usuarias en formas específicas de habitar lo social.

Continuando con la línea de pensamiento anterior, el objetivo de análisis funciona como un simulacro de la vida social actual que está atravesada por la digitalización y la globalización, donde las modas están presentes de manera más activa y hasta dañinas. Por eso, es lógico el articular conceptos tales como la autoexplotación, la fragmentación de la experiencia y la superficialidad del consumo, ya que, en primer lugar, la mecánica se puede pensar a partir de lo propuesto por Byung-Chul Han (2012) que denomina como la *sociedad del rendimiento* al modelo en el cual los sujetos ya no responden a una autoridad externa, sino que se autoexigen constantemente en pos de la productividad y el éxito. Desde esta perspectiva, observamos que la jugadora debe gestionar su propio proceso: acumular objetos, mejorar constantemente su apariencia dependiendo de las nuevas modas de la realidad para así posicionarse en un ranking como “la mejor Miss”.

A su vez, esta ideología se ve reforzada por la estructura del propio juego, que permite la constancia, la actualización permanente y la optimización de recursos. La jugadora no sólo participa, sino que administra su tiempo, sus elecciones y su progreso, internalizando la modalidad del rendimiento continuo. De esta manera, la diversión se entrelaza con una forma de trabajo no remunerado, donde el esfuerzo se orienta a la obtención de reconocimiento simbólico.

La lógica de dicha plataforma está pensada para no tener un final definido ni una historia larga más allá de la trama amorosa, que se podría catalogar como “breves chismes atrapantes”, sino que indirectamente propone una sucesión infinita de objetivos que impulsan a seguir participando y ser la mejor en todo. De este modo, la aparente libertad de elección encubre una forma de autoexplotación, en la que el sujeto se convierte en empresario de sí mismo.

En segundo lugar, el universo lúdico presentado reproduce la dinámica de una *cultura snack* (Scolari, 2020), caracterizada por el consumo fragmentado e inmediato de contenidos. Las acciones dentro de la plataforma son breves y reiterativas, como votar, cambiar el vestuario a uno más actualizado, participar de eventos temáticos, cambiar de novio, de mascota, etc. Cada una de estas prácticas ofrece una gratificación instantánea que incentiva la permanencia en el sistema. Asimismo, la centralidad de lo visual refuerza esta dinámica, ya que la valoración de las jugadoras se basa en la apariencia y en el impacto inmediato de la imagen.

Ensayos

Desde esta perspectiva, la práctica no se organiza en torno a una narrativa compleja, sino a una serie de microinteracciones que capturan la atención de manera constante. Esta fragmentación no sólo afecta la forma de jugar, sino también la forma de percibir y valorar la experiencia ya que lo importante no es la construcción de un recorrido significativo, sino la acumulación de pequeñas recompensas.

Por último, este puede interpretarse desde la perspectiva del *simulacro* propuesta por Jameson (1991), ya que, en el contexto del capitalismo tardío, la cultura se caracteriza por la predominancia de la superficie y la circulación de signos sin profundidad histórica. El juego presenta una versión simplificada de la vida adulta: relaciones afectivas, consumo, éxito social. La identidad se construye a partir de objetos y estilos predeterminados, lo que genera una ilusión de originalidad dentro de un sistema cerrado. Las opciones disponibles permiten múltiples combinaciones, pero siempre dentro de un repertorio limitado, lo que evidencia una libertad controlada. Así, la aparente diversidad encubre una estructura repetitiva que configura las elecciones posibles y orienta formas de expresión, haciendo que no se reproduzca la realidad, sino que configura una serie de imágenes fáciles de interpretar y consumir.

En síntesis, *Miss Moda* no debe entenderse únicamente como un espacio de entretenimiento, sino como un dispositivo cultural que refleja y reproduce la forma de subjetividad contemporánea. A través de la autoexplotación, la fragmentación de la experiencia y el simulacro, el entorno virtual pone en escena las tensiones entre la libertad y el control, el placer y la exigencia; aspectos que atraviesan la vida en el capitalismo actual. Así, entre pantallas, elecciones, apariencias y brillos, no sólo estamos jugando, sino que también nos juega al punto de devolvernos una imagen incómoda de aquello en lo que nos estamos convirtiendo.

Bibliografía

Han, B. C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, Herder.

Jameson, F. (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona, Paidós.

Scolari, C. (2020). *Cultura Snack*. La Marca Editora. Buenos Aires, Argentina.