



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Cultura participativa, fandom y narrativas emergentes en redes sociales

Coordinadoras

Arantxa Vizcaíno-Verdú

Mónica Bonilla-del-Río

Noelia Ibarra-Rius

Dykinson, S.L.

CULTURA PARTICIPATIVA, FANDOM
Y NARRATIVAS EMERGENTES EN REDES SOCIALES

CULTURA PARTICIPATIVA, FANDOM
Y NARRATIVAS EMERGENTES
EN REDES SOCIALES

Coordinadores

ARANTXA VIZCAÍNO-VERDÚ
MÓNICA BONILLA-DEL-RÍO
NOELIA IBARRA-RIUS

Dykinson, S.L.

2021

CULTURA PARTICIPATIVA, FANDOM Y NARRATIVAS EMERGENTES
EN REDES SOCIALES

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2021

N.º 13 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2021

ISBN 978-84-1377-588-3

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Dykinson S.L ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. CULTURA PARTICIPATIVA, FANDOM Y NARRATIVAS EMERGENTES EN REDES SOCIALES 11
ARANTXA VIZCAÍNO-VERDÚ
MÓNICA BONILLA-DEL-RÍO
NOELIA IBARRA-RIUS

SECCIÓN I

PROSUMIDORES, INFLUENCERS Y NARRATIVAS TRANSMEDIA

CAPÍTULO 1. PERFILES PROSUMERS: SUJETOS Y OBJETOS EN EL MUNDO DE LOS NUEVOS MEDIOS..... 14
JOSÉ MARÍA GALINDO PÉREZ

CAPÍTULO 2. LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LA ACADEMIA, DOS DÉCADAS DESPUÉS. ANÁLISIS DE EXPERTOS Y ESTUDIANTES DE PROGRADO 30
DAVID GARCÍA-MARÍN
LAURA PICAZO-SÁNCHEZ

CAPÍTULO 3. LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN LOS TALENT SHOW. YOUTUBE COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA DE CONTENIDO EN EL PROGRAMA OPERACIÓN TRIUNFO 54
ÁLVARO LINARES BARRONES

CAPÍTULO 4. DE YOUTUBERS A TWITCHERS. CÓMO LOS INFLUENCERS APROVECHAN LAS VENTAJAS DE LA NUEVA PLATAFORMA 77
EGLÉE ORTEGA FERNÁNDEZ
GRACIELA PADILLA CASTILLO
JONATTAN RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ

CAPÍTULO 5. EL ROL DE LOS INFLUENCERS EN EL SECTOR DEL LUJO: NUEVOS VALORES EN LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI..... 103
ELENA CERDÁ MANSILLA
MERCEDES GIL LAMATA
RAQUEL LOZANO BLASCO

CAPÍTULO 6. LA LLEGADA DE LOS NUEVOS INFLUENCERS CREADOS DE FORMA DIGITAL A INSTAGRAM. PERCEPCIÓN Y ANÁLISIS ACTUAL SOBRE EL PERFIL DE LIL MIQUELA	126
ELENA MADRID FERNÁNDEZ	
CAPÍTULO 7. BANALIDADES Y PELIGROS DE LOS MOVIMIENTOS YOUTUBER E INSTAGRAMER. REFLEXIONES URGENTES PARA EL PROGRESO DE NUESTRAS SOCIEDADES	150
JOSE HERNANDEZ RUBIO	
CAPÍTULO 8. EL MOVIMIENTO <i>YOUTUBER</i> EN NUESTRA HISTORIA SOCIAL: UN FACTOR DECISIVO DE AUTOESTIMA ADOLESCENTE. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.....	168
JOSE HERNANDEZ RUBIO	
CAPÍTULO 9. ESTUDIO CONTRASTIVO DE FRASEOLOGISMOS EN LAS REDES SOCIALES.....	187
RUBÉN MEDINA SERRANO	
CAPÍTULO 10. ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE INFORMATIVO EN INSTAGRAM: @MUY INTERESANTE_REVISTA COMO CASO DE ESTUDIO.....	207
AIDA MARIA DE VICENTE DOMINGUEZ MIREYA ROCIO CARBALLEDA CAMACHO	
CAPÍTULO 11. EL USO DEL HILO NARRATIVO COMO CLAVE EN EL INTERÉS DE NUESTROS SEGUIDORES.....	227
JOSEP DURAN CARPINTERO AYTHAMI SOTO RODRÍGUEZ ALBERT POATER TEIXIDOR	
CAPÍTULO 12. LOS LIBROS <i>BEST SELLERS</i> DE LOS <i>YOUTUBERS</i> INFANTILES: NUEVAS NARRATIVAS MÁS ALLÁ DE LAS PANTALLAS.....	247
PAULA HERRERO-DIZ	

SECCIÓN II
FENÓMENO *FANDOM* Y COMUNIDADES CREATIVAS EN PLATAFORMAS DIGITALES

CAPÍTULO 13. LA SUBVERSIÓN DE LA HEGEMONÍA CULTURAL A TRAVÉS DEL ARTE DEL FANDOM	271
JAVIER ARROYO BRETANO	

CAPÍTULO 14. DIFUNDIR EN TIKTOK. EL CASO DE LA CANCIÓN ‘SOY REBELDE’ (2021) Y SU REPERCUSIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS CANTANTES COMO ÍDOLOS Y PROSUMIDORES	287
VICTORIA TORIBIO-LAGARDE	
CAPÍTULO 15. REPENSAR LAS COMUNIDADES Y LAS AUDIENCIAS. DE LOS ‘TREKKIES’ A LAS COMUNIDADES DE IBAI, RUBIUS Y OTROS ‘STREAMERS’	303
DANIEL VALDIVIA ALONSO	
CAPÍTULO 16. LA DIFUSIÓN DE NARRATIVAS DIGITALES, FANDOMS Y LA REPRESENTACIÓN PATRIMONIAL DE LA MARCA PAÍS COREANA: CASO <i>K-DRAMAS</i> HISTÓRICOS	323
LADDY-LISET QUEZADA-TELLO	
SEBASTIÁN-ALBERTO LONGHI-HEREDIA	
CAPÍTULO 17. CONTENIDO GENERADO POR LOS USUARIOS (CGU) EN INSTAGRAM EN TORNO A LA SERIE <i>BRIDGERTON</i> (NETFLIX).....	353
ADRIANA PAÍNO AMBROSIO	
M ^a ISABEL RODRÍGUEZ FIDALGO	
MONTSERRAT RODRÍGUEZ MONGE	
CAPÍTULO 18. ASPIRANTES Y EXPERTOS: PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES DE FANS ADOLESCENTES EN ENTORNOS DIGITALES	379
MAR GUERRERO-PICO	
MARÍA-JOSÉ ESTABLÉS	
CAPÍTULO 19. AUDIENCIA SOCIAL Y TRANSFORMACIÓN DEL DISCURSO TELEVISIVO A TRAVÉS DE MEMES: ESTUDIO DE CASO LA ISLA DE LAS TENTACIONES.....	406
LUCÍA PUGA-LEDO	
BEATRIZ GUTIÉRREZ-CANEDA	
SARA PÉREZ-SEJO	
CAPÍTULO 20. EL FENÓMENO ANIME Y SUS REPERCUSIONES EDUCATIVAS. ESTUDIO DE CASO DE LA SERIE ATAQUE A LOS TITANES (ISAYAMA Y ARAKI, 2013-2021)	428
GEORGE VAN HOFF-FRAILE	
MÓNICA ROSA-HERNÁNDEZ	
RAFAEL MARFIL-CARMONA	

CAPÍTULO 21. ¿APOCALÍPTICOS O INTEGRADOS? AUDIENCIAS CULTURALES Y EL MAL QUERER DE ROSALÍA COMO FENÓMENO TRANSMEDIA.....	450
MATEU TERRASA RICO	
CAPÍTULO 22. LA UTILIZACIÓN DE YOUTUBE EN SKAM ESPAÑA: USO NARRATIVO, PROMOCIONAL Y DE ACERCAMIENTO CON EL PÚBLICO OBJETIVO	477
ROCÍO GAGO GELADO MARTA SAAVEDRA LLAMAS ANDY DAMIÁN TAVÁREZ PÉREZ NICOLÁS GRIJALBA DE LA CALLE	
CAPÍTULO 23. EL TRIÁNGULO BINGE-WATCHING, FENÓMENO FANDOM Y REDES SOCIALES	495
EVA MARÍA MARTÍNEZ SERRANO	
CAPÍTULO 24. EL ECOSISTEMA POÉTICO EN INSTAGRAM: ANÁLISIS CULTURAL DE UN FENÓMENO DE MASAS.....	513
RAQUEL FERNÁNDEZ COBO CARMEN PÉREZ-GARCÍA	
CAPÍTULO 25. YOUTUBERS Y FANS, UNA RELACIÓN UNIDIRECCIONAL	540
DANIEL CUARTERO DE LEÓN	

SECCIÓN III

NUEVAS ALFABETIZACIONES Y REDES SOCIALES: PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EN LA ERA DIGITAL

CAPÍTULO 26. LECTORES Y CLUBES DE LECTURA EN BOOKSTAGRAM: EL LIBRO COMO OBJETO ESTÉTICO Y LA LECTURA SOCIAL EN LA RED	554
CARMEN PÉREZ-GARCÍA RAQUEL FERNÁNDEZ COBO	
CAPÍTULO 27. EL COMERCIO DE LA CONECTIVIDAD: LOS <i>BOOKTUBERS</i> , YOUTUBE Y EL CAMPO LITERARIO	573
JOSÉ M. TOMASENA	
CAPÍTULO 28. DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA EDUCATIVA A TRAVÉS DE YOUTUBE: ACERCANDO LA UNIVERSIDAD A LAS AULAS.....	591
INGRID MOSQUERA GENDE	

CAPÍTULO 29. ANIMACIÓN A LA LECTURA A TRAVÉS DE RESEÑAS BOOKTUBERS	612
TERESA-G. SIBÓN-MACARRO	
MANUEL J. PICADO SÁNCHEZ	
CAPÍTULO 30. LAS REDES SOCIALES COMO ESPACIO INFORMAL DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO	636
VICENTE GABARDA MÉNDEZ	
NURIA CUEVAS MONZONÍS	
CRISTINA GABARDA MÉNDEZ	
ANTONIA MARTÍ ARAS	
CAPÍTULO 31. LA IMPLANTACIÓN DE SALAS TRABAJO EN TWITCH COMO ENTORNOS DE COWORKING Y APRENDIZAJE ONLINE	656
SERGIO GUTIÉRREZ MANJÓN	
MARÍA DEL MAR MARCOS MOLANO	
CAPÍTULO 32. EDUTUBERS: LOS INFLUENCERS DE LA EDUCACIÓN INFORMAL A TRAVÉS DE YOUTUBE	679
DANIEL PATTIER	
CAPÍTULO 33. EXPERIENCIAS TIC EN LA ENSEÑANZA DEL CATALÁN EN ADULTOS: YOUTUBE, TIKTOK E INSTAGRAM EN EL MARCO DEL PROYECTO <i>DE MICA EN MICA</i>	697
AINA MONFERRER-PALMER	
CAPÍTULO 34. ¿QUÉ SE ESTUDIA DE LA ERA DE LOS YOUTUBERS E INSTAGRAMERS EN LA INVESTIGACIÓN ESPAÑOLA? UNA REVISIÓN DE LITERATURA	715
CARMEN LUCENA RODRÍGUEZ	
JAVIER MULA FALCÓN	
CRISTINA CRUZ-GONZÁLEZ	
CAPÍTULO 35. DIDÁCTICA DE LA LITERATURA EN INSTAGRAM Y TIKTOK: UNA EXPERIENCIA DOCENTE EN RED.....	734
MARÍA ÁNGELA GARRIDO BERLANGA	
MARÍA AURORA GARCÍA RUIZ	
EUGENIO MAQUEDA CUENCA	
CAPÍTULO 36. EL USO DE INSTAGRAM EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR SEMIPRESENCIAL.....	760
ALÍCIA MARTÍ CLIMENT	
PILAR GARCIA VIDAL	

CAPÍTULO 37. MATHUMERS: CREADORES Y CONSUMIDORES DE VÍDEOS EDUCATIVOS SOBRE MATEMÁTICAS	784
ÁLVARO AGUILAR-GONZÁLEZ	
ESTHER LORENZO-FERNÁNDEZ	
LAURA MUÑIZ-RODRÍGUEZ	
CAPÍTULO 38. POTENCIAL DIDÁCTICO DE YOUTUBE Y MEDIACIÓN VIRTUAL: EL FACTOR RELACIONAL EN ENTORNOS <i>ONLINE</i> Y <i>OFFLINE</i> PARA LA ENSEÑANZA ARTÍSTICA	806
FAINIX MAYORGA-SOLÓRZANO	
CAPÍTULO 39. IMPLEMENTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS <i>FLIPPED LEARNING</i> Y USO DE YOUTUBE EN LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS SOCIALES	833
MARIO CORRALES SERRANO	
CAPÍTULO 40. INSTAGRAM COMO RECURSO PARA EL APRENDIZAJE Y LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA	851
JUAN-FRANCISCO ÁLVAREZ-HERRERO	
JOSÉ HERNÁNDEZ-ORTEGA	
CAPÍTULO 41. LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS PRESENTACIONES ORALES DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO A TRAVÉS DE RECURSOS AUDIOVISUALES DE YOUTUBE.....	875
GABRIEL HERRADA VALVERDE	
CAPÍTULO 42. VÍDEO-POESÍA: UNA PROPUESTA DIDÁCTICA PARA RESCATAR LA LITERATURA ESCRITA POR MUJERES (EDAD MEDIA – XVIII) A TRAVÉS DE YOUTUBE SHORTS	893
ÁLVARO CLAVIJO CORCHERO	
CAPÍTULO 43. LOS CANALES DE YOUTUBE Y LAS PSEUDOCIENCIAS EN ESPAÑA	912
RAFAEL DIEGO MACHO REYES	
MANUEL BERMÚDEZ VÁZQUEZ	
CAPÍTULO 44. LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA DE LA DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA A TRAVÉS DE INSTAGRAM EN EL CONTEXTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA DURANTE LA CRISIS COVID-19	932
VICENTE JAVIER PÉREZ VALERO	
FRANCISCO CUÉLLAR SANTIAGO	
CAPÍTULO 45. DALE <i>LIKE</i> A YOUTUBE Y SUSCRÍBETE A SU POTENCIAL EDUCATIVO	957
ISAAC J. PÉREZ LÓPEZ	
CARMEN NAVARRO MATEOS	