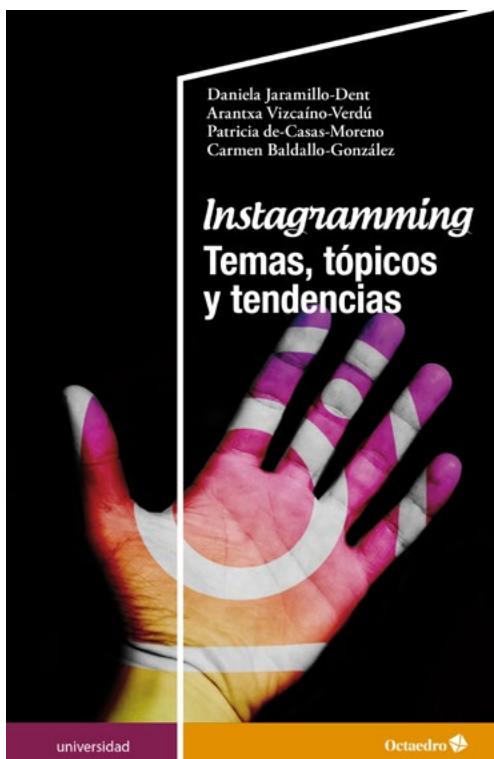


NOVEDAD - NOVIEMBRE 2020

**Daniela Jaramillo-Dent**

Comunicadora, educadora y formadora de profesores. Doctoranda en el Programa de Doctorado en Comunicación en la Universidad de Huelva, en la línea de alfabetización mediática. Miembro del Grupo Comunicar, de la Asociación de Investigadores de Internet (AoIR) del grupo de investigación Ágora (HUM-648).

Arantxa Vizcaíno-Verdú

Investigadora predoctoral FPU de la Universidad de Huelva. Doctoranda en el Programa de Doctorado en Comunicación, en la línea de alfabetización mediática y edocomunicación, de la UHU. Editora asociada de la revista Comunicar. Miembro de la Red Alfamed Joven, del Grupo Comunicar y del grupo de investigación Ágora (HUM-648).

Dra. Patricia de-Casas-Moreno

Profesora ayudante doctora en la Universidad de Nebríja en el Máster TIC para la Educación y Aprendizaje Digital. Profesora en UNIR en el Máster en Comunicación y Marketing Político. Doctora en Comunicación por la Universidad de Huelva. Licenciada en Periodismo por CEADE. Miembro de Grupo Comunicar y editora asociada de la revista Comunicar. Miembro del grupo de investigación Ágora de la Universidad de Huelva (HUM-648). Miembro de la Red Alfamed.

Carmen Baldallo-González

Doctoranda en el Programa de Doctorado Interuniversitario de Comunicación por la Universidad de Huelva en la línea de edocomunicación y alfabetización mediática. Máster en Comunicación y Educación Audiovisual (2019) y graduada en Educación Infantil por la Universidad de Huelva (2014). Actualmente forma parte del grupo de investigación Ágora (HUM-648).

Instagramming

Temas, tópicos y tendencias

Daniela Jaramillo-Dent,
Arantxa Vizcaíno-Verdú,
Patricia de-Casas-Moreno,
Carmen Baldallo-González

Colección: Universidad

PVP: 8,99 €

Tema: Investigación / Profesorado

Ref. 16255-1

/ TICS

Dimensiones: 15 x 23 cm

Género: No-ficción

Páginas: 150 [3,4 MB]

ISBN: 9788418348655

Formato: ePDF

En la última década, Instagram ha pasado de ser un mero repositorio de imágenes a una red social de amplio reconocimiento, hasta convertirse en parte importante de las nuevas culturas digitales internacionales. Las características propias de esta plataforma, sus configuraciones, prestaciones y funcionalidades, han dado lugar a fenómenos mediáticos y digitales de gran interés. En este sentido, Instagram ha replanteado fenómenos digitales como la (auto)representación, la influencia digital y el activismo en red, por medio de una constante adecuación a las nuevas generaciones y necesidades de los usuarios. Una de las claves de su éxito radica en la amplia disponibilidad de elementos comunicativos que fomentan la interacción y la creatividad, adaptando formatos preexistentes en otras plataformas. Estas características, que cimientan la cultura del contenido generado por el usuario, crean también un contexto donde se desarrollan usos problemáticos relacionados con las posibilidades de la plataforma para la manipulación de la información o la privacidad, entre otros.

Este trabajo explora las singularidades de esta red, de acuerdo con el modo en que se construyen y difunden temáticas propias del siglo XXI. Desde un análisis de los temas que marcan tendencia en Instagram, las autoras describen algunas de sus prácticas sociales, cuyas implicaciones van más allá de la esfera digital. Por la novedad de su temática, *Instagramming. Temas, tópicos y tendencias* es una obra emergente de interés para estudiantes, académicos y profesionales de los medios de comunicación.