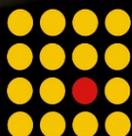


COMUNICACIÓN, DESINFORMACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Libro de Actas del II Congreso
de Comunicación en la Sociedad Digital

Coords.
Alberto Dafonte Gómez
María Isabel Míguez González



EGREGIUS
ediciones

COMUNICACIÓN, DESINFORMACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

LIBRO DE ACTAS DEL
II CONGRESO DE COMUNICACIÓN
EN LA SOCIEDAD DIGITAL

Coords.

Alberto Dafonte Gómez
María Isabel Míguez González





Esta obra que distribuye bajo licencia

Creative Commons Atribución NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)

Egregius editorial autoriza a incluir esta obra em repositórios institucionales de acceso abierto para facilitar su difusión

COMUNICACIÓN, DESINFORMACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL. LIBRO DE ACTAS DEL II CONGRESO DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD DIGITAL

Diseño de la cubierta: Víctor Jesús Izquierdo Fernández

Maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Egregius editorial

Primera edición, 2024

ISBN: 978-84-1177-094-1

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Egregius editorial, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que contribuyen a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Egregius editorial no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

INDICE

UN PERIODISMO DIGITAL EN TRANSFORMACIÓN: TENDENCIAS Y DESAFÍOS.....	6
GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN Y ACTIVOS INTANGIBLES EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL	24
LA IA, GENERADORA DE INNOVACIONES PERIODÍSTICAS	39
ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN EL VENDEVAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....	56
COMUNICACIÓN POLÍTICA, DESINFORMACIÓN Y REDES SOCIALES.....	73
(MÁS) RETOS DIGITALES DE LA PUBLICIDAD.....	94
ACTIVISMO SOCIAL EN INTERNET.....	106
GENERACIÓN DEL FUTURO: NUEVAS RESPONSABILIDADES Y RETOS DIGITALES PARA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	121
S10. MISCELÁNEA.....	144

S10. MISCELÁNEA

PONENCIAS

- **Ponencia S10-01.** EL PODER DE LOS PODCASTS EN LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN HUMANIDADES
Anna Peirats Navarro. M^a Paz Marin García.
- **Ponencia S10-02.** COMUNICAR, PERSUADIR O TRANSMITIR INFORMACIÓN A TRAVÉS DEL REGISTRO DIVULGATIVO
Anna Peirats Navarro. M^a Paz Marin García.
- **Ponencia S10-03.** ÉTICA E INFORMACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES
Anna Peirats Navarro.
- **Ponencia S10-04.** EL ESENCIALISMO EN DISPUTA: LA PRESENCIA DE LA IA EN LA COMUNICACIÓN Y EL DEBATE SOBRE VOCES ARTIFICIALES VS VOCES NATURALES
Irene Martín Guillén.
- **Ponencia S10-05.** ESTUDIO DEL FENÓMENO "BOOBSTREAMING" EN TWITCH.TV: NUEVOS ESPACIOS PARA LA HIPERSEXUALIZACIÓN, EL SEXISMO Y LA MISOGINIA EN LA CULTURA DIGITAL.
Jesús Peris Camarasa.
- **Ponencia S10-06.** EL FEMICIDIO, UNA MIRADA DESDE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Vladimir Argudo Palomeque.
- **Ponencia S10-08.** ¿LAS MANIFESTACIONES CONTROVERTIDAS DE TRUMP CONDICIONAN SU CARRERA A LA CASA BLANCA?
Mònica Puntí Brun. Sílvia Espinosa Mirabet.
- **Ponencia S10-09.** ANÁLISIS DEL CIBERLENGUAJE EMOCIONAL DE *CRÓNICAS GERMÁNICAS*
Lía De Luxán Hernández.
- **Ponencia S10-10.** ANÁLISIS LINGÜÍSTICO- EMOCIONAL DE LA CIBERCOMUNICACIÓN GENERADA POR MARTA RIUMBAU EN *INSTAGRAM*
Lía De Luxán Hernández.
- **Ponencia S10-11.** ANÁLISIS DE LOS REFERENTES CULTURALES EN EL CANAL DE *YOUTUBE CRÓNICAS GERMÁNICAS*
Lía De Luxán Hernández.

- **Ponencia S10-12.** CINE DOCUMENTAL Y METRAJE ENCON-
TRADO: PERSPECTIVAS EN TORNO A LA REPRESENTACIÓN
Juan José Balaguer Pérez.
- **Ponencia S10-13.** CONSIDERACIONES EN TORNO AL IM-
PACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CINE
Juan José Balaguer Pérez.
- **Ponencia S10-14.** ¿SABEMOS QUÉ SIGNIFICAN REALMENTE
LOS TÉRMINOS *ANALÓGICO* Y *DIGITAL*? SU HISTORIA EN LA
TRADICIÓN LEXICOGRAFICA DE LA REAL ACADEMIA ESPA-
ÑOLA
Laura Arribas González.
- **Ponencia S10-15.** INNOVACIÓN DOCENTE A TRAVÉS DEL
PODCAST EN EL GRADO DE EDUCACIÓN INFANTIL
Jose Miguel Rodríguez Ferrer.
- **Ponencia S10-16.** INNOVACIÓN DOCENTE EN LA DETECCIÓN
Y MANEJO DE LAS DIFICULTADES DE APRENDIZAJE ME-
DIANTE LAS REDES SOCIALES
Jose Miguel Rodríguez Ferrer.
- **Ponencia S10-18.** ANÁLISIS DEL ACCESO A INTERNET EN ZO-
NAS RURALES DE LA RIOJA
M^a Ángeles Díaz Cama.

PALABRAS CLAVE

BUEN COMUNICADOR, COMUNICACIÓN POLÍTICA, DONALD TRUMP, ELECCIONES ESTADOUNIDENSES, REPUTACIÓN

ANÁLISIS DEL CIBERLENGUAJE EMOCIONAL DE *CRÓNICAS GERMÁNICAS*

LÍA DE LUXÁN HERNÁNDEZ

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Introducción: Asistimos a una era muy digital de la comunicación, en la que cuanto más contenido se pueda transmitir en menos tiempo, mejor. La sociedad del siglo XXI, en especial, la más joven, parece aburrirse demasiado pronto. La concentración dura cada vez menos. Podría afirmarse que se demanda mucho del comunicador, pero esas demandas varían constantemente. Heráclito ya afirmaba que lo único que era inmutable de forma era el cambio. Es en la cibercomunicación donde ello se ve mejor reflejado. El lenguaje no es extraño a este fenómeno.

En el presente trabajo se lleva a cabo un estudio lingüístico-emocional del ciberlenguaje empleado por la creadora de contenido Elisabet a través de su canal en Youtube, denominado *Crónicas Germánicas*. Se escogerá uno de los muchos vídeos que tiene subidos en la citada plataforma, a razón de su título, que, *a priori*, pueda producir en el futuro consumidor un mayor efecto llamada, y, por tanto, una emoción más grande, sea cual sea es tipo de sentimiento que le provoque. Nos hemos decantado por la citada *influencer* y su canal dado que se dedica a la transmisión de la lengua y cultura alemana de un modo pedagógico, aunque sin querer actuar de docente.

Objetivos: Se parte de la hipótesis de que las categorías gramaticales, acompañadas del tono de voz y de otros elementos extralingüísticos, se usan de una determinada forma para emocionar, de acuerdo con el

interés del emisor del mensaje. Pensamos que esas elecciones no son azarosas, aunque a veces no se sea del todo consciente de por qué se ha escogido un sustantivo o un adjetivo en sí. El objetivo principal consistirá, pues, en refrendar, enmendar o corregir la citada hipótesis. Como objetivos secundarios, o de desarrollo, debemos citar los campos de estudio que deben analizarse para poder llegar a una conclusión científicamente fundada acerca de la validez o invalidez parcial o total de la tesis inicial: la catalogación de las emociones (Ekman, 1970, 1972, 1992), la relación entre emoción y categorías gramaticales (De Luxán Hernández y Rodríguez-Rodríguez, 2021), la investigación de los elementos extralingüísticos y su implicación emocional, el estudio del ciberlenguaje (Rodríguez-Rodríguez, 2021; Slunka Urzúa y De Luxán Hernández, 2022), el comportamiento verbal en el relato y la catalogación de las expresiones desde la óptica de la retórica (De Luxán Hernández, 2021).

Metodología: Para poder conseguir unos resultados contrastados, se hace uso de una multimetodología que esté dominada por la constatación documental. Se dan la mano procesos deductivos e inductivos. El estudio del contexto y cotexto es primordial para poder analizar datos específicos del discurso.

Resultados: Se demuestra que en *Crónicas germánicas* se emociona con las categorías gramaticales, que la elección de ellas infiere emocionalmente en el receptor de la cibercomunicación. Se demuestra que el tono de la voz y otros elementos extralingüísticos desempeñan un papel importante en la consecución de cualquier tipo de emoción a través del canal de Youtube.

Conclusiones: Los creadores de contenido emocionan. El estudio del ciberlenguaje se hace necesario en una era en la que la consumición digital crece exponencialmente. Es la emoción inherente a la gramática, sean las elecciones verdaderamente conscientes o no.

PALABRAS CLAVE

CIBERCOMUNICACIÓN, CIBERLENGUAJE, ANÁLISIS LINGÜÍSTICO-EMOCIONAL, CRÓNICAS GERMÁNICAS