

**Représentation(s) du monde hispanique actuel
dans les médias (REMHIAM)**

<https://remhiam.hypotheses.org/>

Cycle de Journées d'étude en présentiel

VOLET 4 – LA PRESSE ET LES MÉDIAS NUMÉRIQUES



Valence (France), 24 mars 2026



Ce cycle de journées d'étude trouve son intérêt dans la recherche menée à Valence autour de la culture hispanique actuelle, tant espagnole que latino-américaine, et de sa représentation dans différents médias et/ou supports destinés au grand public. Ces représentations au sens large, qui vont de problématiques sociales, socio-économiques, linguistiques ou politiques à des caricatures de type « clichés », interrogent la perception contemporaine de réalités existantes ou simplement émergentes. Loin des genres scientifiques ou littéraires consacrés, le « populaire » se caractérise néanmoins comme étant un vecteur de représentations révélatrices des cultures et des sociétés hispanophones, à partir notamment des croyances, préjugés, perceptions subjectives ou autres témoignages diffusés dans les médias.

Les trois premiers volets de ce cycle ont permis d'aborder successivement les séries télévisées, la bande dessinée, puis la presse écrite, ouvrant ainsi un débat riche et soulevant de nouveaux questionnements. Nous souhaitons poursuivre ces échanges en nous concentrant cette fois sur la fabrication et la diffusion d'images, de récits et de références au monde hispanique dans les médias d'information numériques, notamment la presse en ligne, mais aussi les blogs, podcasts, vidéos courtes (Reels, TikTok, Shorts), vidéos longues (YouTube, chaînes télévisées en ligne) ou encore les réseaux sociaux (Instagram, TikTok, X).

Grâce à une première étude menée en avril 2025 sur les représentations dans la presse écrite, prenant en compte son évolution, sa forme, son langage, ainsi que son impact dans le monde actuel, nous avons pu soulever des questions cruciales liées à l'actualité sociale, telles que l'usage des néologismes, la diffusion des *fake news*, l'immédiateté de l'information, la circulation des clichés et les dangers qu'ils impliquent. Cette nouvelle étape se concentrera cette fois sur la presse numérique et les autres réseaux sociaux devenus des médias de masse, afin de poursuivre l'analyse de ces phénomènes contemporains qui influencent profondément notre manière de nous informer, de penser et de

communiquer. Il s'agit également de réfléchir au rôle que jouent ces médias numériques comme reflets et acteurs des sociétés.

Aujourd'hui, les représentations circulent plus vite et à plus grande échelle, souvent sans passer par les filtres traditionnels du journalisme. Les formats courts (Reels, TikTok) privilégient des mises en scène spectaculaires, émotionnelles et visuelles, qui simplifient souvent les faits. La viralité repose sur des images choc, des récits marquants ou des slogans visuels. Les réseaux sociaux accentuent la polarisation des opinions en enfermant les utilisateurs dans des « bulles » où les représentations ne sont presque jamais confrontées à la nuance ou à la contradiction. Les algorithmes mettent en avant certains contenus au détriment d'autres, et chacun peut désormais produire et diffuser de l'information, ce qui remet en cause le monopole des médias traditionnels.

Cela soulève des questions essentielles sur la fiabilité, l'expertise et les risques de manipulation. Des plateformes comme TikTok ou Instagram deviennent aussi des lieux de diffusion de fausses informations ou de contenus biaisés (*deepfake*, images sorties de leur contexte, images créées par IA, etc.). L'impact des influenceurs dans la construction des représentations sociopolitiques ou identitaires suscite un intérêt croissant. L'information circule tellement vite qu'un sujet ou *trending topic* peut disparaître en quelques heures, cette hyper-actualité entraînant des représentations superficielles et instables.

Par ailleurs, ces représentations ne sont pas neutres : elles incitent souvent à l'action, à l'indignation, à la mobilisation, mais parfois aussi à la haine. On observe la présence de réseaux militants et activistes, ainsi que des campagnes de harcèlement ou de désinformation. Les contenus diffusés contribuent également à façonner les identités individuelles et collectives (genre, sexualité, ethnicité, culture). Les réseaux sociaux offrent ainsi un espace d'expression à des groupes longtemps invisibilisés. Enfin, l'esthétique des vidéos, la mise en scène des images et le storytelling personnel jouent un rôle clé pour attirer l'attention et influencer la réception. Ce n'est pas seulement ce qui est dit qui compte, mais aussi la manière de le dire et de l'exprimer.

Quel que soit le degré d'objectivité et/ou de pérennité de leurs contenus, les médias d'information numériques sont à la fois des vecteurs de représentations sociales existantes et des acteurs de leur construction. Il sera donc possible de s'intéresser aux représentations du monde hispanique dans toutes leurs formes et expressions, notamment :

- les stéréotypes culturels, de genre, ethniques ;
- les clichés ciblant des personnalités publiques ou des groupes sociaux ;
- les discours caricaturaux reflétant les débats majeurs qui traversent les sociétés ;
- les formes traditionnelles ou nouvelles du langage médiatique (style, codes, lexique, néologismes, anglicismes, simplification, lieux communs, usage de supports audiovisuels ou graphiques) ;
- les formes diverses de langage graphique et iconographique présentes dans les médias numériques, utilisées pour souligner, illustrer, transmettre un point de vue, convaincre ou exacerber l'opinion publique par l'émotion.

Ce sera aussi l'occasion de mettre en lumière les enjeux politiques et économiques, les relations de pouvoir que ces représentations reflètent, ainsi que les dynamiques de circulation des discours entre différents médias et entre médias et société.

Si l'accent est mis sur l'actualité du monde hispanique, cette nouvelle journée d'étude appelle les contributions de spécialistes de différents champs disciplinaires, dans la mesure où elle ne concerne pas uniquement les médias hispanophones. Seront ainsi appréciées toutes les propositions d'étude portant sur l'Espagne et/ou l'Amérique latine à travers les médias d'information numériques à l'échelle globale. Par ailleurs, les représentations du monde hispanique pourront être abordées à travers les

problématiques de la société contemporaine, mais il sera également possible de les analyser sous le prisme des communautés ou mondes professionnels auxquels appartiennent les discours véhiculés par ces médias.

PRINCIPAUX AXES THÉMATIQUES

L'accent pourra ainsi être mis tant sur une dimension particulière du monde hispanique que sur une mise en relation de ce dernier avec des problématiques supérieures découlant de la mondialisation. Les représentations à l'intersection de différents mondes, moyens de communication ou cultures seront alors considérées à l'aune des grandes mutations que connaît le XXI^e siècle.

Parmi les principaux axes qui pourront être explorés se trouvent ainsi :

1. Les clichés et au-delà : images, stéréotypes et représentations culturelles ;
2. L'intersectionnalité et les représentations complexes du monde hispanique ;
3. Les liens intertextuels et interdiscursifs à l'œuvre dans les différents médias numériques ;
4. Information et/ou désinformation des médias numériques face à l'actualité du monde hispanique ;
5. Les représentations « grand public » à l'épreuve de la vérification, véracité et *fact-checking* ;
6. Les effets de l'immédiateté, de l'hyper-actualité, des « bulles informationnelles » suscités par ces nouveaux médias sur la mésinformation, la désinformation, la malinformation ainsi que sur des phénomènes de polarisation ;
7. L'interculturalité et le dialogue entre les « civilisations » ;
8. La participation de ces médias dans la construction d'identités individuelles et collectives, et de formes d'engagement ;
9. Toute optique critique ou transversale permettant un éclairage du monde hispanique dans les médias d'information numériques.

ENVOI DES PROPOSITIONS

Le comité d'organisation invite toutes les personnes intéressées, aux recherches déjà confirmées ou débutantes, à envoyer une proposition de communication (20 minutes) à l'adresse : remhiam@univ-grenoble-alpes.fr

Les propositions doivent lui parvenir le **15 décembre 2025 au plus tard**.

Les communications pourront se faire en français ou en espagnol.

FORMAT DES CONTRIBUTIONS

Résumé long en français ou en espagnol de 300-500 mots (hors bibliographie).

L'auteur doit présenter une problématique s'inscrivant dans les axes thématiques de la journée d'étude.

Ce résumé servira pour l'évaluation des communications, ainsi que pour la publication électronique du programme. Il devra respecter le cadre suivant :

- Titre centré en gras, Times New Roman 14
- 5 mots-clés, Times New Roman 12
- Corps du texte justifié, Times New Roman 12
- Une notice bio-bibliographique de l'auteur avec son affiliation universitaire (une dizaine de lignes maximum, hors bibliographie), Times New Roman 12

Une publication d'une sélection d'articles issus de la journée est envisagée selon des modalités à confirmer.

COMITÉ D'ORGANISATION

ARGAILLOT Janice (ILCEA4-CERHIS) : janice.argailot@univ-grenoble-alpes.fr

DOMÍNGUEZ VILLAVERDE Mariana (ILCEA4-CERHIS) : mariana.dominguez-villaverde@univ-grenoble-alpes.fr

NALLET Thierry (ILCEA4-GREMUTS) : thierry.nallet@univ-grenoble-alpes.fr

LIEU DE LA MANIFESTATION

Bâtiment Marguerite Soubeyran, 87 avenue de Romans - 26000 Valence