

**Representaciones del mundo hispánico actual en los medios de comunicación (REMHIAM)**

**Ciclo de Jornadas de estudio en formato presencial**

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

**CUARTA SESIÓN – LA PRENSA Y LOS MEDIOS DIGITALES**



Valence (Francia), 24 de marzo de 2026



Este ciclo de jornadas de estudio deriva de las investigaciones realizadas en la antena de Valence de la Universidad de Grenoble sobre la cultura hispánica actual, tanto española como latinoamericana, y su representación en diferentes medios y/o soportes dirigidos al gran público. Estas representaciones, en su sentido más amplio, atañen a cuestiones sociales, socioeconómicas, lingüísticas o políticas, así como a caricaturas tipo cliché, cuestionando así la percepción contemporánea de realidades existentes o simplemente emergentes. Fuera de los géneros científicos o literarios consagrados, lo "popular" se caracteriza, sin embargo, por ser un vector de representaciones reveladoras de las culturas y sociedades hispanohablantes, basadas en particular en creencias, prejuicios, percepciones subjetivas u otros testimonios difundidos por los medios de comunicación.

Las tres primeras sesiones de este ciclo permitieron abordar sucesivamente las series de televisión, el cómic y, posteriormente, la prensa escrita, abriendo así un debate rico y planteando nuevos interrogantes. En esta nueva edición, el objetivo es continuar con estos intercambios centrándose esta vez en la creación y difusión de imágenes, relatos y referencias al mundo hispánico en los medios de información digitales, en particular la prensa en línea, pero también los blogs, pódcast, vídeos cortos (Reels, TikTok, Shorts), vídeos largos (YouTube, canales de televisión en línea) o las redes sociales (Instagram, TikTok, X).

Gracias a un primer estudio llevado a cabo en abril de 2025 sobre las representaciones en la prensa escrita —que tuvo en cuenta su evolución, su forma, su lenguaje, así como su impacto en el mundo actual—, se plantearon cuestiones clave vinculadas a la actualidad social, tales como el uso de neologismos, la difusión de noticias falsas, la inmediatez de la información, la circulación de estereotipos y los peligros que ello conlleva. Esta nueva sesión se centrará ahora en la prensa digital y en las demás redes sociales que se han convertido en medios de masas, con el fin de seguir el análisis

de estos fenómenos contemporáneos que influyen de manera profunda en nuestra forma de informarnos, pensar y comunicarnos. Se trata también de reflexionar sobre el papel que desempeñan estos medios digitales como reflejo y como actores de las sociedades.

Hoy en día, las representaciones circulan más rápido y a mayor escala, a menudo sin pasar por los filtros tradicionales del periodismo. Los formatos breves (Reels, TikTok) privilegian puestas en escena espectaculares, emocionales y visuales, que a menudo simplifican los hechos. La viralidad se apoya en imágenes impactantes, relatos sugerentes o eslóganes visuales. Las redes sociales acentúan la polarización de las opiniones al encerrar a los usuarios en “burbujas” donde las representaciones son raramente matizadas o cuestionadas. Los algoritmos priorizan ciertos contenidos en detrimento de otros, y cualquier persona puede ahora producir y difundir información, lo que cuestiona así el monopolio de los medios tradicionales.

Esto plantea interrogantes esenciales sobre la fiabilidad, el rigor profesional y los riesgos de manipulación. Plataformas como TikTok o Instagram se han convertido también en espacios de difusión de informaciones falsas o contenidos sesgados (*deepfake*, imágenes descontextualizadas, imágenes generadas por inteligencia artificial, etc.). El impacto de los *influencers* en la construcción de representaciones sociopolíticas o identitarias suscita un interés creciente. La información circula a tal velocidad que un tema o trending topic puede desaparecer en cuestión de horas, y esta “hiperactualidad” produce representaciones superficiales e inestables.

Por otra parte, estas representaciones no son neutras: a menudo incitan a la acción, a la indignación, a la movilización, pero también, en ocasiones, al odio. Se observa la presencia de redes militantes y activistas, así como campañas de acoso o desinformación. Los contenidos difundidos contribuyen asimismo a la construcción de las identidades individuales y colectivas (género, sexualidad, etnicidad, cultura). Las redes sociales ofrecen así un espacio de expresión a grupos o colectivos que durante mucho tiempo han sido invisibilizados. Por último, la estética de los vídeos, la puesta en escena de las imágenes y el *storytelling* personal desempeñan un papel clave para captar la atención e influir en la recepción. No solo importa lo que se dice, sino también la manera en que se dice y se expresa.

Sea cual sea el grado de objetividad y/o de perdurabilidad de sus contenidos, los medios de información digitales son a la vez vectores de representaciones sociales existentes y actores en su construcción. Por ello, será posible interesarse por las representaciones del mundo hispánico en todas sus formas y expresiones, en particular:

- estereotipos culturales, de género, étnicos;
- tópicos sobre personalidades públicas o grupos sociales;
- discursos caricaturescos que reflejen los grandes debates que atraviesan las sociedades;
- formas tradicionales o nuevas del lenguaje mediático (estilo, códigos, léxico, neologismos, anglicismos, simplificación, lugares comunes, uso de formas audiovisuales o gráficas);
- diversas formas de lenguaje gráfico e iconográfico utilizadas en los medios digitales (para subrayar, ilustrar, transmitir un punto de vista, convencer o exacerbar la opinión pública apelando a las emociones).

También será la ocasión de poner de relieve las implicaciones políticas y económicas o las relaciones de poder que se reflejan en esas representaciones, así como las dinámicas de circulación de discursos entre los distintos medios de comunicación y entre estos y la sociedad.

Aunque centrada en la actualidad del mundo hispánico, esta nueva jornada de estudio está abierta a las contribuciones de especialistas de diferentes campos disciplinarios, ya que no solo se refiere a los medios en español. Se valorarán todas las propuestas de estudio sobre España y América Latina a través de todos los medios informativos digitales a escala global. Las representaciones del mundo hispánico podrán abordarse a través de los temas de la sociedad contemporánea, pero también bajo el prisma de las comunidades o mundos profesionales a los que pertenecen los discursos mediáticos transmitidos por esos medios de comunicación.

## **EJES TEMÁTICOS PRINCIPALES**

Se podrá hacer hincapié tanto en una dimensión particular del mundo hispánico como en temáticas más amplias derivadas del fenómeno de la globalización. Se abordará la cuestión de las representaciones, situadas en la encrucijada de diferentes mundos, medios de comunicación o culturas, a la luz de las grandes mutaciones del siglo XXI.

Entre los principales ejes que se podrán explorar se encuentran los siguientes:

1. Tópicos, imágenes, estereotipos y representaciones culturales;
2. Interseccionalidad y representaciones complejas del mundo hispánico;
3. Las relaciones intertextuales e interdiscursivas presentes en los distintos medios digitales;
4. La actualidad del mundo hispánico en los medios de comunicación populares: entre información y desinformación;
5. Las representaciones para el “gran público” frente a la verificación, la búsqueda de veracidad y el *fact-checking*;
6. Los efectos de la inmediatez, de la “hiperactualidad” y de las “burbujas informativas” generadas por estos nuevos medios sobre la desinformación, la información maliciosa, la información errónea, así como sobre fenómenos de polarización;
7. La interculturalidad y el diálogo entre “civilizaciones”;
8. La participación de estos medios en la construcción de identidades individuales y colectivas, así como en la configuración de formas de compromiso;
9. Cualquier perspectiva crítica o transversal que permita arrojar luz sobre las representaciones del mundo hispánico en los medios de comunicación.

## **PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS**

El comité organizador invita a todas las personas interesadas, con investigaciones consolidadas o emergentes de diferentes enfoques o disciplinas, a enviar una propuesta de ponencia (20 minutos) a la dirección: [remhiam@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:remhiam@univ-grenoble-alpes.fr)

Las propuestas deberán entregarse a más tardar el **15 de diciembre de 2025**.

Las ponencias podrán hacerse en español o en francés.

## **FORMATO DE LAS PROPUESTAS**

**Resumen detallado en francés o español de 300-500 palabras (excluyendo la bibliografía).**

El autor debe presentar una problemática que se ajuste a los ejes temáticos de la jornada de estudio. Dicho resumen se utilizará para la evaluación de las ponencias, así como para la publicación electrónica del programa. Debe respetar las siguientes normas:

- Título en negrita, Times New Roman 14
- 5 palabras clave, Times New Roman 12
- Cuerpo del texto justificado, Times New Roman 12

- Una nota bio-bibliográfica del autor que indique su afiliación académica (unas diez líneas como máximo, excluyendo la bibliografía), Times New Roman 12

Se prevé la publicación de una selección de artículos resultantes de la jornada según modalidades por confirmar.

### **COMITÉ ORGANIZADOR**

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

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

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

### **LUGAR DEL EVENTO**

Edificio Marguerite Soubeyran, 87 avenue de Romans - 26000 Valence (Francia).