



Pilar

Prensa, Impresos, Lectura en el Área Románica – www.pilar.fr

CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ASOCIACIÓN PILAR

22-24 de octubre de 2026

**Facultad de Filosofía y Letras
de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM)**

Del dato al relato. Discursos y narrativas en los medios de comunicación contemporáneos

El tiempo presente se caracteriza por una creciente autoconsciencia de la importancia que adquieren los relatos a la hora de configurar representaciones y prácticas de muy diversa naturaleza. En ocasiones, los relatos se fundamentan en datos, pero en otros casos se construyen de espaldas a ellos. Asimismo, unos mismos datos pueden interpretarse desde parámetros discursivos diversos, e incluso antagónicos. En términos generales la relación entre datos y relatos es compleja y desde hace unos años se encuentra en el foco del debate público. Por ejemplo, en el terreno político, se hace alusión habitualmente a conceptos como «la guerra cultural» en la que se hace emerger la aparente existencia de dos relatos contrapuestos que pugnan por imponerse entre la población¹. También es habitual escuchar a los dirigentes de los partidos negarse a aceptar «los marcos» de los adversarios en el hemicycleo o en la pugna por el sentido del voto, entendiéndose estos como una suerte de

¹ Sobre la perspectiva culturalista aplicada al estudio de los medios de comunicación, puede verse Maigret, Eric (2009) *Sociología de la comunicación y de los medios*. FCE.

estructuras discursivas o narrativas en las que se sitúan sus posiciones sobre determinados hechos de la actualidad². Sirvan estos dos simples ejemplos, que podrían ampliarse a otros muchos, como muestra de la afirmación que abre estas páginas: frente a una aproximación fáctica que pudiera haber predominado en otro tiempo en el debate público, hoy la dimensión del relato ocupa un espacio cada vez más importante, siendo objeto de creciente interés.

Si nos referimos al campo de los medios de comunicación observamos también cómo existe una cada vez más generalizada reflexión al respecto del papel que tiene la producción, circulación y recepción de información en la configuración de identidades, en la toma de posición ciudadana, o, incluso, en aspectos tan delicados como la salvaguarda de los valores democráticos o la defensa de los derechos humanos³. En este sentido, se ha popularizado la alusión a los bulos (o en su forma inglesa, los *fake news*) entendidos como mensajes mediáticos que distorsionan los hechos intencionalmente en aras de construir una narrativa interesada sobre un determinado tema o asunto. Los ejemplos que podrían citarse a este respecto son muy numerosos, destacando quizás algunas de las noticias falsas más recientes que circularon en el espacio mediático español por motivo de las inundaciones de la Dana de Valencia en 2024 o por motivo del accidente ferroviario de Adamuz en 2026. Con todo, también la expresión «bulo» en ocasiones se ha empleado para descalificar o restar importancia a algunas noticias críticas con un determinado gesto, partido o líder político, poniendo en cuestión este vocablo incluso la propia naturaleza del trabajo periodístico (que implica siempre cierto grado de «manipulación» de los hechos «en bruto» y que, sobre todo a tenor de los rasgos del espacio mediático digital, tiene dificultades para verificar con inmediatez sus fuentes). No obstante, hay voces que claman por describir este nuevo estado de cosas donde una verdad apegada a los hechos o un principio

² Un uso del vocablo “marco” en el sentido indicado puede verse, a modo de ejemplo, en: https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/marco-extrema-derecha_129_9084039.html

³ De hecho, existe un campo específicamente dedicado al desarrollo de la que se califica como Alfabetización Mediática e Informacional (AMI). Para más información, se recomienda: <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>

de realidad compartido parecen no ser la norma en el espacio público, como la época de la posverdad⁴.

En este contexto, la asociación PILAR, desde su vocación por el estudio de la historia de los medios de comunicación en época contemporánea, propone esta convocatoria para la participación en el congreso internacional «Del dato al relato. Discursos y narrativas en los medios de comunicación contemporáneos» que se celebrará del 22 al 24 de octubre de 2026 en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). El propósito de este acto es doble, primero al buscar combinar investigaciones sobre este objeto en particular que se construyan desde la óptica de la historia de la comunicación, pero también desde la historia cultural, los *cultural studies*, o, más ampliamente, desde una comprensión rica de las Ciencias Sociales.

En segundo lugar, no nos interesa aquí explorar únicamente las noticias falsas en la actualidad, sino que buscamos ampliar la comprensión de este fenómeno en dos direcciones precisas: primero, el mensaje mediático nos preocupa no solo en su correspondencia con los hechos (es decir, en lo que respecta a su veracidad) sino precisamente desde la aproximación a su propio proceso de construcción, poniendo el foco en cómo en el campo mediático los hechos pueden transmutarse en relatos, concretamente, bajo una forma discursiva o narrativa. Segundo, entendemos que este fenómeno, lejos de restringirse a la más inmediata actualidad puede rastrearse, para el establecimiento de su correspondiente genealogía, en un campo cronológico más amplio que puede abarcar la edad contemporánea. Así, la perspectiva diacrónica contribuye a resituar un fenómeno aparentemente muy apegado a las coordenadas del tiempo presente en su justo marco temporal. En definitiva, serán bienvenidas para su presentación comunicaciones que exploren los diferentes mecanismos, contextos y formas de construcción de la realidad, en su dimensión discursiva y narrativa, que acogen los medios de comunicación durante la contemporaneidad. Sin ser exhaustivos, proponemos los siguientes ejes a modo de ejemplo y con la intención de guiar la participación en este congreso internacional:

⁴ Aunque existen muchas referencias actuales sobre esta problemática, puede verse Amorós García, Marc (2018) *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.

- **Eje 1: La arquitectura del relato: procesos de construcción del discurso.** Escenificación del acontecimiento, construcción de personajes (héroes, víctimas, culpables, etc.). Diálogo y complementariedad con otros medios. Circulación y resignificación del relato.
- **Eje 2: Estética e hibridación: la porosidad de las fronteras entre información y ficción.** Narrativas inmersivas y dispositivos audiovisuales, espectacularización y dramatización, estetización de la información, etc.
- **Eje 3: Subjetivación y afectos: el giro emocional al encuentro del relato.** Testimonios y narrativas subjetivas; políticas de la emoción y las movilizaciones colectivas; la ética del pathos mediático; configuración de imaginarios colectivos: entre poder y afectos. De la oralidad a la escritura.
- **Eje 4: Conflictos narrativos, contra-relatos y luchas por la hegemonía simbólica.** Narrativas militantes y contra-hegemónicas; la memoria mediática y la reescritura del pasado; la invisibilidad y el reconocimiento simbólico (la narrativa mediática como lugar de poder e instrumento de configuración simbólica).
- **Eje 5: Temporalidades narrativas y aceleración mediática.** ¿De qué manera las restricciones temporales de los medios reconfiguran las estructuras del relato mediático?
- **Eje 6: Memoria, archivo y patrimonialización mediática.** ¿Cómo los relatos mediáticos participan en la construcción de una memoria colectiva? Los relatos conmemorativos, la mediatización de los acontecimientos históricos, los archivos digitales y la reactivación recurrente de los relatos traumáticos.

Envío de propuestas desde el 18 de marzo de 2026 hasta el 15 de mayo de 2026

Las propuestas de comunicación tienen que tomar en cuenta los ejes destacados en la presentación. Serán sometidos a la debida evaluación realizada por el comité científico del Coloquio. No serán evaluadas por el comité científico más que las propuestas que respeten estas consignas así como la perfecta adecuación con la problemática y los grandes ejes del Congreso.

El anuncio del resultado de la selección de las comunicaciones se hará **a partir del 31 de mayo de 2026.**

El resumen en francés, en español o en portugués respetará las normas siguientes:

- Título
- Nombre, apellidos y datos profesionales de los autores (institución, dirección postal, teléfono, email).
- Un breve CV con una lista de publicaciones recientes.
- Resumen de la comunicación (600 caracteres como máximo, word.doc, Times New Roman 12)

Para aquellas propuestas de comunicación aceptadas, o para aquellos interesados en acudir al Congreso, se han fijado las siguientes cuotas de inscripción:

- Socios de PILAR: 60 euros (40 euros para los estudiantes).
- No socios de PILAR: 70 euros (50 euros para los estudiantes).

Contacto para el envío de las propuestas:

assoc.pilar@gmail.com

COMITÉ ORGANIZADOR

- Nadia Aït-Bachir
- Rubén Cabal Tejada
 - Irene Da Silva
 - Géraldine Galeote
- Misael Arturo López Zapico
- Rebeca Viguera Ruiz