

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Revista An@lítica

Estudios sobre Ciencias Sociales y Humanidades

CONVOCATORIA

El Consejo Editorial de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Lerma, tiene el agrado de comunicar a la comunidad académica que está abierta la convocatoria para la recepción de los trabajos que integrarán el próximo número de su revista digital *An@lítica*, a publicarse en el mes de junio de 2025.

El tema central de este número es:

EXPERIMENTACIÓN FORMAL EN INTERNET

La Revista *An@lítica* tiene como objetivo aportar conocimientos originales en los ámbitos de las ciencias sociales y las humanidades por medio de la publicación de artículos de investigación y ensayos académicos que aporten nuevos enfoques y proporcionen información de calidad sobre los distintos temas que se abordan.

Fecha límite para el envío de contenidos

31 de enero de 2025

Presentación

Los modos a través de los cuales nos informamos, leemos, investigamos, nos expresamos, nos entretenemos o nos comunicamos son muy distintos a los de hace dos décadas. Redefinida con gran intensidad durante los últimos 10 años, hemos estado inmersos en una cultura que se despliega en pantallas, cambia rápido y fomenta la interacción simultánea o diferida. Estos rasgos forman parte de un diseño más amplio y complejo del ecosistema cultural que ha respondido también a las exigencias de las transmisiones en vivo, en directo o bajo demanda, ha resucitado la oralidad y usa las innovaciones de la mensajería instantánea como autopistas por donde la cultura contemporánea circula con vértigo.

Visto en perspectiva, el ecosistema cultural de nuestro tiempo asume preocupaciones provenientes del pasado inmediato: ¿cómo relacionarse con audiencias más amplias o audiencias más específicas, pero ahora nos cuestionamos cómo lograrlo cuando “todos los seres humanos se han convertido en artista, comunicador o productor de contenido? ¿Cómo

generar lectores o seguidores en nuestro mundo de influencers y plataformas?” (Carrión, 16 de mayo, 2022). Es un ecosistema cultural, además, que lidia sobre todo con preocupaciones de nuestro siglo: cómo interactuar artística y humanamente con la inteligencia artificial (Lee, 2020).

A partir de un ejercicio de arqueología de su pasado más inmediato, Alessandro Baricco (2019) data esta suerte de “mutación” con la invención de los videojuegos, los ordenadores personales e internet. Hablamos de una “mutación” que se perfiló nítidamente en el transcurso de los años de 1990: irrumpió en efecto la primera versión de internet, las emergentes tecnologías digitales potenciaron los usos sociales y los intercambios mediante el smartphone, el cambio generacional ejemplificado en Silicon Valley (Wiener, 2019), hasta alcanzar el horizonte de la inteligencia artificial, el big data, los algoritmos, las apps y los ciborgs. Detrás de esta serie multifacética de innovaciones, sostiene Baricco, se halla una idea portátil de mundo, una revolución mental, cuya imagen antropológica por excelencia es una postura: “una persona frente a una pantalla” (Baricco, 2019: pos. 464).

En muchos sentidos, algunos más, algunos menos, hemos estado jugando el papel de bárbaros (Baricco, 2006) que lidian y empujan una “mutación” frente a lo que realizábamos en los años precedentes. Lo que juzgamos importante, culturalmente significativo, se mueve en la superficie, cambia rápido, se desliza con vértigo en la pantalla de los smartphones y algunas veces basta con gestionar la tecnología touch de nuestros dispositivos personales para descubrir qué tan fascinante o qué tan intrascendente puede ser aquello que andábamos buscando. Para después volver a comenzar sobre otro fragmento de la cultura que nos parece relevante o atractivo.

El diseño de este ecosistema cultural, además, es compacto, portátil, veloz y cambiante. Frente a la investigación, arte y comunicación que circula a grandes velocidades por la galaxia internet, el crítico catalán Jorge Carrión (1 de diciembre, 2019) acuñó la expresión de “objetos culturales vagamente identificados”. A primera vista estos objetos culturales son yuxtaposiciones o intercambios en expresiones en texto, vídeo o audio. Entre sus expresiones más singulares Carrión señaló artefactos narrativos, listas de reproducción, vídeos cortos, obras negras, visualización de análisis de datos, pódcast. Estos objetos quieren ser artísticos o conceptuales, pero quieren ser también comunicación. O, a la inversa. Son objetos comunicacionales que buscan ser artísticos o conceptuales. De ahí su extrañeza, atractivo e imprecisión con sus fronteras conceptuales.

La saturación es otro rasgo del ecosistema actual, circulan en él impresionantes flujos por segundo. Pero esta superproducción “ya no es vivida como un problema (Baurriaud, 2007: 52), sino como un ecosistema a comprender, habitar y experimentar. En este ecosistema la “producción cultural” perdió el sentido, se desdibujó, porque ahora la cultura es “posproducción y remezcla” (Baurriaud, 2007); se habla también de “curaduría de la cultura” (Campeis, 15 de mayo, 2022). En este ecosistema cultural, además, quedó atrás el público general o la cultura de masas; ahora todos somos potenciales protagonistas. Se trata de un ecosistema fundamentalmente horizontal, sin que en él desaparezcan las jerarquías, la dominación y el poder.

Es cierto que toda innovación exitosa cuestiona los modos estandarizados de ejecución e intercambio. “Ser modernos es formar parte de un universo en el que, como dijo Marx, «todo lo sólido se desvanece en el aire»” (Berman, 2011: pos. 254); o como lo propuso McLuhan en su tiempo, las innovaciones recuperan o rediseñan, intensificándolos, el sentido ya de la vista, el oído, el olfato o algún otro sentido humano (1962: 126).

Con la aparición de toda nueva tecnología que se abre paso, al principio, como espontánea reacción social, hay desconcierto o descreimiento y suceden episodios de sabotaje. Breves capítulos de negación que están condenados al fracaso. La impugnación cuenta con un largo historial. Ocurrió con las computadoras, la imprenta y la invención de la escritura. Walter Ong (2016), McLuhan (1962) o George Steiner (2012) coinciden en recordar a su modo los reparos de Platón con respecto a la invención de la escritura. De poco en poco, sin embargo, se desenvuelven procesos de reconocimiento y de adaptación. Y emergen pronto quienes efectúan una intensa experimentación al grado de combinar la nueva técnica y la expresión artística. A esta combinación, de modo general, se le refiere como los actos de vanguardia. Ocurrió de este modo con los artefactos que revolucionaron los modos de hacer del siglo XX. Las máquinas de escribir en relación con la tinta, la pluma de ganso y el papel. La fotografía en referencia a la pintura. La radio o la telefonía con respecto a la conversación vis à vis. La televisión respecto al cine; y ahora internet frente a la galaxia Gutenberg. Y el ensamblaje y la remezcla son las prácticas que se consolidan y expanden en el ecosistema cultural actual.

Luego se desarrolla un proceso de paulatina estabilización y consolidación de un monopolio para convertirse después en un mercado hasta resquebrajarse. “La verdadera revolución —precisó McLuhan— se produce en esa más tardía y prolongada fase de ‘ajuste’ de toda la vida social y personal al nuevo modelo de percepción establecido por la nueva tecnología” (1962: 118). Se socializan los nuevos modos hasta que, con el paso de los años, la insatisfacción, el movimiento del capital, las nuevas ideas, las revueltas y las nuevas generaciones, irrumpe otra innovación y se abre un nuevo ciclo.

En resumen, potenciado por la galaxia internet y sus usos múltiples, así como la irrupción de dispositivos inteligentes o interactivos, tecnologías y plataformas, los objetos culturales de nuestra época están redefiniéndose permanentemente en sus fases de (co) producción, circulación, apropiación y consumo. Son diseños que, como sugiere Carrión (2019), entretejen el concepto, el arte y la comunicación y, entre las fases mencionadas, se observa además una cooperación mucho más fluida. Son objetos culturales disponibles a partir de un clic; intentan construir “comunidades orgánicas o fieles”; buscan establecer comunicación efectiva o veloz por medio de las redes sociales o apps incrustadas en los teléfonos inteligentes. Algunos de estos objetos culturales reviven preocupaciones sobre el storytelling, las tecnologías de la palabra o el diseño sonoro. Son diseños, en suma, que están definidos por rasgos que, con la experimentación y la concurrencia, comienzan a expandirse o estabilizarse en distintos contextos o escenarios, campos de fuerza y latitudes.

Aunque las imágenes anteriores son un trazo imperfecto, son el telón de fondo de esta suerte de “mutación” cultural que vino con el cambio de siglo y que interesa fijar aquí como punto de

partida de esta convocatoria.

El contenido de la revista está integrado por cuatro secciones:

- *Tema central.* Destinada a publicar artículos y ensayos académicos relacionados con la temática de cada número.
- *Otros temas.* Se incluyen artículos y ensayos sobre temas diversos en el ámbito de las ciencias sociales y las humanidades.
- *Entrevistas.* Realizadas a académicos, investigadores y artistas de reconocida trayectoria.
- *Reseñas.* Textos que presenten la revisión crítica de una obra significativa para las ciencias sociales y las humanidades, de publicación reciente (no más de 2 años) en México y otros países.

Directrices para autores

La extensión de los artículos y ensayos académicos deberá ser, como máximo, de 9000 palabras (incluyendo cuadros, gráficas y figuras, pero no bibliografía). El escrito deberá acompañarse de un resumen de 150 palabras como máximo y de tres palabras clave que identifiquen el contenido del artículo. Ambos deberán presentarse en español y en inglés (*abstract, key words*).

Las entrevistas tendrán, como máximo, 6000 palabras y también deberán incluir resumen y palabras clave con las características arriba señaladas.

Las reseñas no deberán exceder de 4500 palabras.

En todos los casos, la presentación del aparato crítico del texto debe apegarse al formato adaptado de la *American Psychological Association* (APA), sexta edición. De igual forma, todos los textos deberán enviarse formato Word 97-2000 (.doc o docx), con tipografía Arial de 12 puntos. En caso de contar con imágenes (fotografías, ilustraciones, dibujos, mapas o imágenes de Medios alternativos, de autoría propia o con derechos de autor previamente autorizados), estas deberán enviarse en un archivo aparte y con las siguientes características: 800 x 600 pixeles, con una resolución de 72 dpi.

Coordinación del número:

Dr. Fernando Beltrán-Nieves / UNAM - Fes Acatlán.

Envío de contenidos

Los artículos destinados a las secciones “Tema central” y “Otros temas” serán arbitrados por pares ciegos. Las contribuciones correspondientes a las demás secciones serán evaluadas y aceptadas por el Consejo Editorial de la revista.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Lerma

**Consejo
Editorial**

División de Ciencias
Sociales y Humanidades
Unidad Lerma

Dudas y contribuciones deberán ser enviadas antes del 31 de enero de 2025 al correo electrónico: fbeltran@correo.ler.uam.mx