

CONVOCATORIA BALAJÚ 26 (ENERO-JUNIO 2027)

ECONOMÍA DE LA ATENCIÓN: MEDIOS, CONVERGENCIA Y CRISIS DEL CONSUMO CULTURAL EN EL SIGLO XXI

Presentación

Los estudios culturales requieren mirar la cultura como un proceso mediado, modelado por técnicas y dispositivos históricos de comunicación. Desde el fonógrafo y el cine hasta la digitalización de la palabra y la imagen, el siglo XX transformó las formas de percepción y consumo, inaugurando infraestructuras que continúan reconfigurando los regímenes de visibilidad y las prácticas sociales contemporáneas.

Este número invita a problematizar la economía de la atención, entendida aquí como un asunto histórico y filosófico. Si antes de Zoom o WhatsApp la comunicación era presencial por defecto, el surgimiento de la fotografía, el cine, el teléfono o la radio abrió fisuras en la experiencia compartida, modificando lo que John Dewey llamaba “comunidad de experiencia”. Como señaló Heidegger, los medios técnicos transforman nuestra visión y el estatuto de lo presente, llevando la experiencia hacia la aprehensión reproducida y consumida. Esta industrialización de la percepción redirige la atención hacia flujos programados, con tecnologías civiles heredadas de desarrollos militares que han reconfigurado la vida cotidiana y el tiempo libre.

Hoy, el reemplazo progresivo de la comunicación presencial por formas de telecomunicación digital no debe ser visto sólo como pérdida, sino como proceso histórico que desafía las posibilidades de comunidad y experiencia compartida. Más que lamentar el cambio, este dossier propone una arqueología polémica que cuestione si es posible recuperar esas formas de vínculo o si, en la era de la atención mediada, comunicar y consumir han llegado a fundirse.

Invitación

En el marco de la edición número 26 de *Balajú. Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana* invitamos a la comunidad académica al envío de artículos, ensayos, avances de investigación y reseñas que aborden, entre otros, los siguientes ejes:

- Genealogías críticas de la atención: de Benjamin a Kittler, de la reproductibilidad técnica a la digital.
- Filosofía de la comunicación y del consumo cultural en contextos de guerra, propaganda y mercado.
- Historia de los medios como historia de la disputa por lo perceptivo.
- Literatura, intermedialidad y arqueología de los soportes: del cine y la radio al streaming y redes sociales.
- Comunidades de experiencia, presencialidad y crisis de lo común en la era digital.
- Subjetividad e industrias de la distracción: del ocio programado al algoritmo como patrón de vida cotidiana.

Criterios

Identifique la sección a la que desea enviar su propuesta y considere la extensión y formato de los textos según los lineamientos de publicación:

- **Navegaciones:** artículos originales que sean resultado de investigación académica. Deben tener una extensión no menor a 6 000 palabras (o 35 000 caracteres con espacios) y no mayor a 12 000 palabras (o 68 000 caracteres con espacios), incluida la bibliografía, anexos, notas, cuadros e imágenes. Los textos pueden contener ligas para descargar video o música.
- **Ariles y más ariles:** La extensión de los textos no deberá exceder las 6 000 palabras (o 35 000 caracteres con espacios). Las propuestas para esta sección pueden ser:
 - **Notas de investigación:** síntesis de un proceso de investigación en curso o finalizada con especial énfasis en su valor metodológico. Deberá informar sobre los hallazgos singulares y nuevas aportaciones que contribuyan al campo de estudio, que se justifique su publicación sin el detalle teórico y analítico requerido en los artículos.
 - **Ensayos:** este tipo de escrito explora, analiza, interpreta o evalúa un tema, más que exponer resultados de una investigación en particular. Su contenido deberá

ser relevante para la comunidad académica y bien documentado con un argumento riguroso y bien organizado.

- **Ensayos fotográficos:** exposición, argumento o reflexión en torno a un tema relevante, construido a partir de imágenes fotográficas originales. Puede o no contener una introducción y/o anotaciones textuales. Se considera una extensión de 10 a 15 fotografías.
 - **Entrevistas:** diálogos con especialistas en los temas que aborda la revista y que, por su importancia e interés, merecen su publicación. Debe procurar un enfoque o un objetivo que coincida con el contenido de la revista en general o con los temas de las convocatorias en particular.
 - **Documentos primarios:** fuentes documentales de clara interés para la comunidad lectora de la revista, cuya disposición no sigue, habitualmente, ningún esquema predeterminado. Por ejemplo: documentos de archivo.
- **Cupido me enseñó a leer en los libros del paisaje:** Reseñas de libros académicos relacionados a la cultura y comunicación (no literarios). Éstas deberán referirse a libros de reciente publicación (máximo tres años atrás) y no deberán exceder las 1 500 palabras (o 11 700 caracteres con espacios). Incluir en el envío una imagen en formato JPG de la portada del libro reseñado.

Todos los manuscritos deberán estar debidamente anonimizados: no entregarán referencias ni develarán la identidad del o la autora.

Tanto los artículos para "Navegaciones", como para "Ariles" deberán tener los siguientes componentes en español e inglés:

- **Título:** Cada texto iniciará con un título, claro y conciso, con una extensión máxima de 12 palabras.
- **Resumen:** Dará cuenta de los objetivos, la metodología y los resultados del artículo. No será mayor a 150 palabras.
- **Palabras claves:** Se anotarán de tres a cinco palabras clave (deben adecuarse al vocabulario controlado del IRESIE).

Registro y envío:

- El texto deberá estar acompañado de la hoja de registro del autor/a. Descargable en la sección de "Directrices para autores/as" en la página web de *Balajú*.*
- Los archivos deberán ser enviados a través de la plataforma OJS de la revista.*

Las propuestas deberán ser presentadas antes del **30 de enero de 2026**. Los textos recibidos después de esa fecha serán considerados para publicación en números posteriores, ya que la convocatoria de la revista está abierta permanentemente.

Se sugiere leer las normas editoriales*, sin embargo, si existe alguna duda sobre cualquier punto puede escribir al correo electrónico revistabalaju@gmail.com.

*Disponible en el siguiente enlace:

<https://balaju.uv.mx/index.php/balaju/about/submissions#authorGuidelines>