

Convocatoria

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN NO. 146 2020

Comunicación y cultura visual

Editores invitados:

Jéssica Fernanda Conejo Muñoz (UNAM), Diego Salgado Bautista (UAM-C)

Vigencia: 19 de noviembre de 2020

Podría decirse que la era actual se enfrenta a aquello que podemos nombrar como la presencia del *acontecimiento visual* (Mirzoeff, 2003) o como una constante *pulsión icónica* (Mandoki, 2004) en los medios de comunicación, en los espacios públicos y en los ámbitos privados. Dar forma visual a aquello que no estaba destinado a conformar imágenes constituye una actividad creciente de la época contemporánea. Más allá de la prevalencia de las brechas tecnológicas, producir o atestiguar materiales gráficos se ha convertido en una posibilidad completamente cotidiana. Personas, grupos, instituciones o medios producen representaciones visuales del mundo motivados por múltiples intencionalidades.

La dinámica del acontecer visual está caracterizada por millones de imágenes que circulan en medios, plataformas informáticas, *feeds* de redes sociodigitales, pantallas y espacios materiales o digitales. Además, tiene una conexión permanente con los procesos de la comunicación humana. Esta relación profunda y compleja ofrece una apertura permanente para los estudiosos de ambos fenómenos toda vez que la cultura visual y la comunicación pueden comprenderse como dos campos cuya articulación da lugar a un sinnúmero de temas de análisis.

Lo visual y lo audiovisual bordean y atraviesan la comunicación y se conectan con sus dimensiones culturales, sociales, políticas, estéticas y lingüísticas, entre otras. En un contexto de estudio tan amplio es útil inventariar aquellas actividades que tienden a visualizar la experiencia para comunicarla o a aquellos mensajes que recurren a la imagen. Este número se propone abordar lo visual a través de casos específicos, de propuestas teóricas concretas, de estudios o de procesos socioculturales puede contribuir a proveer una visión monográfica y reflexiva de algunos de los aportes de investigación del nexo entre la comunicación y la cultura visual.

El propósito de esta convocatoria es reunir **ensayos de divulgación** que recuperen y reflexionen temas de investigación recientes que hayan abordado teorías,

problemáticas, ideas o ejemplos que miren la comunicación como una situación o un hecho visual o audiovisual. La *Revista Mexicana de Comunicación* admitirá propuestas de colaboración para evaluación y eventual publicación que incluyan tanto *ensayos monográficos* como *ensayos críticos* del tema abordado por esta convocatoria.

Entendemos que el ensayo monográfico es un ejercicio de síntesis a partir de un criterio para brindar un tratamiento asequible a su temática con el fin de difundirla. Por ensayo crítico nos referimos a un texto que, además de la monografía del tema, aporte un debate o una reflexión que sirvan como aproximación inicial a un planteamiento nuevo o al punto de vista de las autoras y los autores. En cualquiera de los casos, el propósito es aproximarse a la actualidad de la comunicación visual para divulgar algunos de sus objetos de estudio.

Por lo anterior, el *dossier* que convocamos busca reunir ensayos que reflexionen tópicos abordados por libros, investigaciones o artículos clásicos o recientes, que discutan tendencias o cuestiones remotas con vigencia, que actualicen contenidos o que formulen posibles problemas de estudio relativos a las manifestaciones de la comunicación en su relación con la cultura visual.

Dado que la RMC es una revista de reflexión y difusión del campo comunicacional, no publicamos artículos de investigación. No obstante, los colaboradores y colaboradoras de este número pueden contribuir con piezas en las que den a conocer sus propios esfuerzos de investigación o que aborden los estudios realizados por otros investigadores.

Las propuestas de ensayo pueden abarcar cualquiera de las siguientes líneas temáticas sin importar si se refieren directamente a los subtemas señalados aquí o a otros que tengan relación con estas propuestas:

1. **Revisiones del pensamiento crítico y teórico de la comunicación y la cultura visual:** epistemología y ontología de la comunicación visual y audiovisual; semiótica de la imagen; fenomenología y hermenéutica de lo visual en la comunicación; discursos, significados, afectos y representación; imagen digital, virtualidad y tecnologías de la imagen.
2. **Estudio social y político de la comunicación visual y audiovisual:** ética, sociología y política de lo visual y de lo audiovisual en la comunicación; construcciones y representaciones sociales; organización social, industria y medios de comunicación; medios digitales, redes sociodigitales y cultura visual.
3. **Producción, representación y disputas en torno al género en la cultura visual y la comunicación:** feminismos, nuevas masculinidades, teoría *queer*, diversidad de género y lenguajes no sexistas en la práctica y el estudio de la comunicación en el entorno de la cultura visual.
4. **Información y comunicación visual:** Fotografía, medios audiovisuales y periodismo gráfico; diseño gráfico, diseño de información y visualización de la información; profesiones de la comunicación visual; estudios sociales y humanísticos de la comunicación visual.

5. **Usos y apropiaciones de lo visual:** tecnologías, lenguajes, representaciones, identidades, discursos, movilización, circulación y poder.

Además de los ensayos, esta convocatoria también estará abierta a la recepción de colaboraciones para las secciones de Reseña, Entrevista y Visuales. Recibimos reseñas de libros, volúmenes de revistas, artículos de investigación, foros o mesas, así como entrevistas con especialistas en cultura visual y comunicación por sus aportes a la investigación del campo o a las profesiones que las implican. Del mismo modo, la revista publica foto-ensayos, reportajes fotográficos, visualizaciones o discursos visuales o audiovisuales sobre la temática de la convocatoria en particular o de la revista en general. Estas propuestas serán revisadas y coordinadas directamente por los editores de nuestra publicación.

[Consulta aquí las normas de estilo de los ensayos, reseñas y entrevistas para colaborar con la RMC](#)

Invitamos a investigadores, docentes, profesionales de la comunicación y de la imagen, editores, divulgadores, así como a estudiantes de licenciatura y posgrado a enviar propuestas de colaboración antes del **lunes 16 de noviembre de 2020**.

Fecha límite de recepción de propuestas: **lunes 16 de noviembre de 2020**.

Envío de colaboraciones a los siguientes correos: rmc@cua.uam.mx con copia a rmc.enlinea@gmail.com