

---

## INTRODUCCIÓN A VIATOR N° 2

---

*“Como en los manuales de supervivencia, en la crisis hay que leer más signos que en una etapa normal. Y no, por cierto, de manera directa, sino siguiendo el laberinto de desplazamientos, bricolajes, reciclamientos, hibridismos, y también innovando, generándolos”*

(Ford, 1986)

En este nuevo número de Viator, revista científica de comunicación desde los bordes, se ve redoblado nuestro compromiso con la publicación, con la difusión de la producción científica en torno a la comunicación y con el campo académico que, a nuestro entender, toma vigencia plena en los tiempos que corren, frente a la amenaza del pensamiento neoliberal que asoma y ya empieza a hacer sentir su parecer en el panorama político, económico y comunicacional en Argentina.

Consideramos que el compromiso de la revista está dado en reflejar, analizar y sumar una voz en la explicación de nuestro contexto, por ello hemos considerado la pertinencia de contar con un breve informe sobre la actualidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina. Ese informe, con artículos de los reconocidos estudiosos del campo de la comunicación, Uranga y Badenes, abre este número. Esperamos poder contribuir a la difusión de sus pensamientos, que permiten visualizar los contextos actuales de los diferentes escenarios en torno a la comunicación y sus actores.

Debido a la hiperconectividad, pero también al peso que el vaivén de las ideas tienen en la historia de la humanidad, la nuestra es una época de grandes referentes (que, por esa hiperconectividad revisten de una presencia mundial) que constituyen modelos a seguir (no siempre de manera naif o sin crítica) o por lo menos una gran influencia al momento de deslizar nuestras plumas por el papel (o nuestros dedos por los botones del teclado).

El tiempo que separa la publicación del primer número de Viator de éste que estamos introduciendo, nos ha hecho sentir la pérdida de una de esas influencias. Una marca incuestionable en los estudios de la comunicación y en el desarrollo de un campo específico como es el de la Semiótica. Nos referimos a Umberto Eco. Filósofo, escritor, pensador, semiótico, crítico, ensayista, sus producciones han sido de referencia en la manera de encarar los estudios y las investigaciones en la comunicación. No podemos dejar de hacer referencia a “Apocalípticos e Integrados” (1984), o a “El nombre de la rosa” (1984), por poner sólo dos ejemplos concretos que hicieron a la formación de comunicadores/as en nuestra carrera jujeña. El primero, de corte académico, nos permitió identificar las posturas diversas frente a las tecnologías y al avance de los medios de comunicación. El segundo fue inspiración para nuestra imaginación que, alguna vez, consideró la posibilidad de poder llegar a escribir tan bien como el propio Eco. No es poca cosa que esta obra se haya traducido al lenguaje audiovisual, una odisea semiótica que no podemos asegurar que haya dejado lo suficientemente satisfecho a su autor. Otro de sus textos, “Cómo se hace una tesis” (1992), visita habitualmente las aulas en las que se desarrollan talleres de tesis de grado y posgrado, dejando una amplia gama de recomendaciones oportunas para investigadores noveles.

Nada mejor que un discípulo de Umberto Eco para rememorar conceptos que nos permiten pensarnos en contexto de producción, como los límites y las fronteras; delimitaciones que, en muchos casos, no tienen que ver nada más que con la problemática de la interpretación. Cid Jurado nos acerca al trabajo de Eco en relación a los bordes de su pensamiento, que seguirán siendo transformados por quienes aún consideramos su obra como algo infranqueable al momento de pensar procesos y operaciones de comunicación.

Aportes concretos en discursividad, mediatización, tecnologías y redes nos permiten incorporar, en este número, reflexiones orientadas a desenmarañar ese entramado signifiante en tiempos actuales. Los artículos de Bermúdez y Navarrete inauguran un apartado que aborda entornos, redes y escenarios de la comunicación digital en contextos actuales y de frontera. Messuti nos posiciona en el escenario actual de la producción audiovisual y las circulaciones de esa compleja industria, y Lobo colabora con un artículo que se sumerge en la explicación de la emergencia de la primera señal televisiva en Tucumán (LW83, Canal 10). Chagas y Morais reflexionan sobre la tematización en radio y la construcción de la noticia en tiempos de

elecciones, en contextos de la periferia brasilera. El periodismo también nos permite contar con aportes en el análisis de la comunicación y la cultura, particularmente en los contrastes, contradicciones e inconsistencias en relación a los discursos sobre las fans del mítico cantante argentino Sandro (artículo de De Ambrosio).

El escenario universitario también tiene su espacio. Schaufler nos propone una explicación sobre los sentidos que los graduados en comunicación social le otorgan a las prácticas, poniendo de relieve las valoraciones sobre la formación y la cuestión laboral en la zona de Santa Fe y Paraná. Por otro lado, Murga analiza los significados asignados por estudiantes de Ciencias de la Educación a las prácticas colaborativas digitales por ellos y ellas emprendidas entre 2013 y 2014.

La orientación de Viator, y nuestro esfuerzo, están puestos en producir discursos que se plasmen en esta revista, que nos sirvan a modo de manual de supervivencia en los panoramas complejos por los que actualmente atraviesa nuestro campo disciplinar.

**Dr. Carlos González Pérez**  
*Director*

**Dr. Claudio Avilés Rodilla**  
**Dr. Marcelo Brunet**  
*Editores Responsables*