

*Se despierta el hombre y escucha las primeras noticias por la radio; se dirige al lugar de su trabajo, y la voz de su automóvil le arroja canciones, avisos, sucesos, al rostro. En la oficina, los teléfonos interiores y exteriores no dejan... de solicitarlo. Y, antes de dormir, el hombre moderno dará cuerda a su reloj despertador, preparando el sonido que habrá de sacarlo de la cama el día siguiente.*

ALEJO CARPENTIER

## Espacialidades y vidas musicales<sup>1</sup>

Las relaciones entre los diferentes espacios en que se desenvuelven las diversas *vidas de lo musical* obligan a un enfoque interdisciplinario, más allá de que nuestros trabajos de investigación se basen en la metodología de la sociosemiótica de las mediatizaciones.

José Luis Fernández

El presente esfuerzo estará enfocado en diferenciar diversos recorridos de la mediatización musical urbana. Cuando en un documental cinematográfico o televisivo sobre Buenos Aires y Montevideo, el sonido musical proviene de un bandoneón, se naturalizan una serie de fenómenos de mediatización que ocultan sus procesos de producción. Siempre nos obligamos a recordar que el aceptado, no sin cuestionamientos, como primer tango canción —*Mi noche triste* (Castriota, P. Contursi)— fue rápidamente grabado luego de su presentación teatral. El tango, como muchos otros géneros de la música popular, creció junto con las mediatizaciones del sonido.

Si la noción de *vidas de lo musical*, por un lado, evita introducirnos en los problemas de los discursos y estéticas de la música, que no son nuestra especialidad, por otro obliga a construir relaciones con otras disciplinas que estudian a diversos niveles la vida social y sus construcciones mediáticas, como la historia, la sociología, la etnografía y la ecología de los medios.

Bajo la guía de Alejo Carpentier —quien, todavía en 1955, sostenía su preferencia de abstracción en la ópera por «el sonido, disociado de lo que ocurría en el teatro, (que) tenía el poder de crear una ilusión superior a la mediocre realidad dejada atrás...»<sup>2</sup>— está presente en este trabajo esa tensión en las relaciones de las diversas discursividades del sonido con sus audiencias.

Este artículo se enfocará en las relaciones que las diferentes mediatizaciones del sonido construyen con el espacio público. Se parte de la base de que la mediatización del sonido, y muy especialmente cuando se trata de la mediatización de lo musical, resulta adecuada para la recepción en movimiento o en interacción con otros modos de la vida

<sup>1</sup> Este artículo tiene origen en la ponencia «Paisajes sonoros y plataformas de mediatización» presentada en el XII Congreso IASPM-AL *Visiones de América, sonoridades de América*. La Habana, 7 al 11 de marzo de 2016, al que se le han agregado nuevos resultados de investigación. Aquí se ha aprovechado el mayor espacio para expandir y discutir enfoques teóricos y para agregar resultados recientes de investigación.

<sup>2</sup> Alejo Carpentier: *El disco y la cultura musical*, 2012, p. 26.

social, como el trabajo o las actividades grupales. Es decir que la práctica de escucha genera diversas interacciones con el espacio público y, a partir de ello, con el resto de las vidas de lo musical.

Esas relaciones entre lo musical y lo social, que antes estaban en buena parte a la vista y a la escucha públicas, ahora se desarrollan de un modo diferente en la medida de que el sonido se esconde, cada vez más, detrás del uso de auriculares. Si bien las conclusiones abordarán esa situación actual, se considera conveniente entenderla en la sucesión de momentos previos que llevaron a ella.

## MEDIATIZACIONES DEL SONIDO: UN BREVE MARCO CONCEPTUAL PARA SU ESTUDIO

En el estudio de las relaciones entre los discursos del sonido y los espacios sociales, la noción de *paisaje sonoro* está fijada y seguramente permanecerá en nuestros usos. En una primera reflexión, se debería prestar atención a que la noción de *paisaje* remite a un género visual y a un modo descripción, también visual, de un contexto natural o social, pero en el que nos interesa lo sonoro.

No está de más recordar que desde el principio de su clásico libro *The new soundscape*, Murray Schafer intenta enfocar el *paisaje sonoro* (soundscape) como *ambiente sonoro* (sonic environment) y dentro de él, discriminar el aporte que hace la música como elemento específico dentro de ese paisaje.<sup>3</sup> Este concepto de *ambiente*, fácilmente relacionable con lo ecológico, simboliza bien la presencia de las vidas del sonido, mediatizadas o no. Desde este punto de vista, el silencio no afecta o privilegia a lo visual, sino a la construcción del conjunto del espacio social.

### **Momentos como instancias de periodización**

Para ordenar las diferentes maneras en que se relacionan mediatizaciones y espacios, se hablará de *momentos*: descripciones sincrónicas que fijan la diacronía. Este vocablo poco técnico facilitará combinar fenómenos para avanzar en la construcción de *períodos*.

El término *momento*, que en este caso se refiere a una periodización provisoria dentro de los procesos de investigación de mediatizaciones, ha sido aplicado en reemplazo del término *etapa*, demasiado duro y prometedor de finalización de trabajos que preferimos que permanezcan abiertos. Por ejemplo, hasta ahora, se ha hablado tanto de *momentos* en las *periodizaciones* de diversos fenómenos mediáticos y de sus estudios,<sup>4</sup> como de *momentos* dentro de los *proyectos* de investigación.<sup>5</sup>

Juan Samaja introduce el término dentro del *análisis del proceso de investigación*.<sup>6</sup> Cuando el autor pone al vocablo *momento* en relación con el de *fase*, rechaza el término *etapa* por ser una «metáfora mecánica, ya que alude a «estaciones en un cierto camino» y prefiere

<sup>3</sup> R. Murray Schafer: *The New Soundscape*, 1969, p. 7.

<sup>4</sup> Véase José Luis Fernández: «Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas», 2013.

<sup>5</sup> Ver José Luis Fernández: *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*, 2018.

<sup>6</sup> Véase Juan Samaja: *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación*, 2016, p. 208. Las categorías que propone Samaja para organizar los elementos de un proceso de investigación son: a. *Fases y momentos* de la investigación y b. *Instancias* de validación, en donde a. tienen que ver con las tareas eficaces para hacer avanzar el conocimiento y b., sobre los mismos elementos, pero dedicados a los controles de científicidad o normativos (tengamos en cuenta que Samaja se preocupa en su libro por lo epistemológico).

el uso de *fase*, tomado de «fases de un desarrollo embrionario», porque «la Embriología nos enseña que el ser vivo adulto no se forma como una agregación de partes preformadas, sino por sucesivas reconfiguraciones y diferenciaciones de una misma totalidad».<sup>7</sup>

Samaja, remontándose a Hegel, cuando describe el término *momento*, incluidos dentro de las fases, se refiere a la copresencia en una investigación de diferentes elementos; por ejemplo, conjuntos de atributos que construyen un objeto de estudio y que son «diferentes pero inseparables».

De todos modos, al menos hasta esta fase de investigación, las periodizaciones no han sido propuestas como *etapas históricas* que sinteticen complejas configuraciones macro, sino como modos de ordenamiento y descripción de fenómenos. Las periodizaciones son, entonces, herramientas metodológicas más que propuestas definitivas de organización de la vida social y cultural en proceso de investigación.

Como ya fue dicho, el presente ensayo se enfoca en las (algunas) *vidas de lo musical*. Otra vez, como en el caso de los momentos, la blandura conceptual permite avanzar en lo que nos proponemos sin quedar empantanados en discusiones para las que no estamos preparados y que, además, no han conseguido resolver demasiados problemas. *Lo musical*, para nosotros, refiere a lo que nuestra sociedad y nuestra cultura consideran de maneras conflictivas y variables, como un conjunto de prácticas con el sonido que se diferencian de otras. Esto es clave para el enfoque de investigación: aún sectores conservadores que pueden decir «eso no es música» frente al punk, el hip-hop o la música electroacústica, difícilmente confundan ese tipo de prácticas con el hacer teatro, cine o televisión de ficción. Además, alguien ejecutando un instrumento hace música, pero también es música lo que contiene una partitura o una ópera o una comedia musical.

El también impreciso término *vidas* permite capturar como objeto de estudio múltiples fenómenos mediáticos sin cuya existencia es difícil pensar en la música como fenómeno actual —habría que decir siempre, en este nivel, *las músicas*—: programas de conciertos, grillas de programación, sitios web, plataformas de streaming, Youtube y los videos musicales, entre otros.

También debe ser presentado el uso que se hace del término *plataformas* para esta investigación. Si bien —y especialmente en las vidas de lo musical— cuando hablamos de plataformas entendemos *plataformas mediáticas* (Spotify, Deezer, SoundCloud, LastFM, etc.), los que estudiamos mediatizaciones, cada vez más, tendemos a hablar de *vidas en plataforma* cuando nos referimos a diferentes articulaciones entre computadoras, pantallas y smartphones y sus relaciones con las performances en vivo.<sup>8</sup>

En la vida de lo musical, como será visto, los auriculares de quien recorre el espacio público indican la posibilidad de un consumo en plataforma: desde el smartphone, y a través de sus auriculares, un individuo opta (*switchea*) entre sistemas de intercambio mediático tan diferentes como las conversaciones interindividuales, la radio, los diferentes tipos play list y, ahora también, con los diferentes tipos de podcasting. Se trata de caminar, andar en bicicleta, conducir automóviles y, entre tanto, interactuar con lo cultural en niveles difícilmente comparables. Ahí apuntamos con nuestras *plataformas*: esas posibilidades que no siempre generan *paisajes* frente a nuestros ojos, pero siempre *atmósferas* en nuestros oídos.

<sup>7</sup> Samaja: *Op. cit.*, 2016, p. 212.

<sup>8</sup> Fernández, 2018.

¿Cómo llegamos, desde la sociosemiótica de las mediatizaciones, a enfocarnos en cuestiones espaciales? En primer lugar, compartimos un campo de estudio de lo radiofónico y las mediatizaciones de lo musical, que tienen en cuenta enfoques espaciales.<sup>9</sup> Por último, nos cruzamos con los trabajos de la Orquesta del Caos(2005) y de Rubén López Cano, que permitieron relacionar los estudios sobre los medios de sonido con diferentes aspectos de la actividad social y musical en los espacios urbanos. A partir de allí, nuestros estudios están en esa encrucijada.

### Sistemas de intercambio mediático y movilidades

Una vez que aceptamos que las unidades de análisis de nuestro trabajo de investigación son los *sistemas de intercambio discursivo* y no sus diferentes elementos (*emisores, contenidos y audiencias*)—cuyas relaciones, por otra parte, están cambiando—, descubrimos que las mediatizaciones no están constituidas por un solo modelo de intercambio del tipo *emisor-mensaje-receptor*, sino que hay diversos modos de articulación de esas instancias.

La importancia central que le otorgamos a la definición de sistema de intercambio discursivo nos obliga a dedicarle también un lugar central a la copresencia, ausencia o acentuación de cualquier conjunto de ellas, lo cual permite establecer rasgos básicos de cualquier intercambio discursivo mediático.

Los sistemas de intercambio discursivo mediático, en sus diversos momentos que se solapan, se han definido como:

—*Broadcasting*: un emisor centralizado para  $n$  receptores; definido así, incluye a la industria del libro; en tanto que modelo, es más importante por la indeterminación de los receptores que por su cantidad; cuando el número de receptores se hizo muy amplio, esos emisores centralizados se convirtieron en *medios masivos*; si bien todavía se suele considerar a este modelo como *unidireccional*, los emisores siempre requirieron respuestas de sus audiencias: la taquilla o las ventas, las diferentes mediciones de rating, las cartas de lectores o los llamados telefónicos de los oyentes a las radios desde época muy temprana fueron procedimientos de intercambio, aunque con un *delay* que impedía, según Verón, el estudio de la *circulación*.<sup>10</sup>

—*Networking*: son los denominados como intercambios en las *redes sociales* pero que, en realidad, se realizan a través de sus interfaces que funcionan como plataformas mediáticas de intercambio discursivo.<sup>11</sup> Lo denominamos así y no *netcasting*, como también suele hacerse, porque, en términos estrictos, la más elemental recepción obliga a alguna toma de decisión por parte del receptor quien, por otra parte, es frecuente que pueda contestar inmediatamente; es decir, siempre el receptor tiene que hacer alguna acción, algún trabajo. De todos modos, como veremos, ni todos los que participan en sistemas de networking lo hacen publicando, ni todos los intercambios que tecnológicamente se producen en red, estimulan la interacción de todos los participantes.

<sup>9</sup> Véase Fernández: *Op. cit.*, 2013; José E. de Oliveira Menezes: *Rádio e cidade: vínculos sonoros*, 2007; Heloisa de Araújo Duarte Valente: «Canção artística, canção popular, canção das mídias: movência e nomadismo», 2007.

<sup>10</sup> Eliseo Verón: *La semiosis social*, 1987, pp. 128-133.

<sup>11</sup> Fernández: *Op. cit.*, 2018. La denominación anglosajona como *social media* es algo más precisa, aunque, como se desprende del resto del artículo, para nosotros, los *mass media* son también social media.

—*Postbroadcasting*: ni los medios masivos, en retroceso, tienden a morir, ni todo parece ser intercambios en red; lo que sí se ve es que los medios incorporan posteos o formatos de red a los géneros tradicionales, y las plataformas mediáticas tratan de incorporar textos del broadcasting, sean espectáculos deportivos o links a medios informativos tradicionales. A ese fenómeno, central en la actualidad mediática, denominamos como *Postbroadcasting* a falta de mejor denominación, pero que al menos sirve para recordar que el broadcasting no ha muerto. Aún las vidas de lo musical, en los que las plataformas y el trabajo colaborativo en red se ha profesionalizado, mantienen la importancia de radios y publicaciones gráficas en la difusión y crecen y se sofistican los espacios de performances en vivo y en cara a cara.<sup>12</sup>

Como se ve, cada gran sistema de intercambio y sus respectivas convivencias, presuponen diversos modos de interacción entre sus elementos y, también, comienzan a esbozar relaciones con los contextos sociales en los que se desenvuelven.

Uno de los elementos de contextos sociales es, en la actualidad, el de la *movilidad*, uno de los temas que hoy están en el centro de la escena de las nuevas mediatizaciones, y dentro de ella, las mediatizaciones del sonido que, como veremos, se han caracterizado, y se caracterizan, por su especificidad.

Robert Logan y Carlos Scolari han denominado como *mCommunication* al resultado de la articulación del smartphone con diversos sistemas de intercambio mediático. Al historiar las relaciones entre información y movilidad que llevan a esta actualidad, diferencian *ubicuidad*—la información se acerca al receptor, proceso que viene desde la aparición de la escritura—, *portabilidad*—el receptor recibe la información, pero en traslado— y *movilidad* propiamente dicha —el receptor también puede emitir mientras se mueve.<sup>13</sup> Es decir, que la movilidad novedosa es la productiva vinculada en ese momento, hace apenas tres años, a la presencia de los smart-phones y la expansión del wi-fi con las posibilidades de expandir toda la vida interactiva y colaborativa a los individuos allí donde ellos estuvieren.

Ese mismo enfoque sobre la movilidad productiva lo encontramos en un trabajo apenas previo de Roberto Igarza, para quien los dispositivos móviles afectan muy especialmente la vida en la sociedad urbana: «de entre todas las TICS conocidas, la telefonía móvil es la que potencialmente tiene más impacto directo en el uso y navegación de los espacios urbanos».<sup>14</sup> La proposición de Igarza también es compleja y muy rica, porque desde ella, por un lado, se construye una sociología del ocio-intersticial<sup>15</sup> y es desde ese punto de vista del ocio *intersticial* y sus conflictos con el tiempo de trabajo, se comienza en los siguientes capítulos a evaluar los consumos de contenidos a través de los dispositivos móviles.

No deja de llamar la atención el efecto de novedad en la movilidad en una especie como la nuestra, y sus sociedades y culturas, que se han fundado sobre el nomadismo, las migraciones y las conquistas territoriales. Pero el smartphone, una vez que ha dejado

<sup>12</sup> Fernández: *Op. cit.*, 2013.

<sup>13</sup> Robert Logan y Carlos A. Scolari: «El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático», 2010, pp. 170-174.

<sup>14</sup> Roberto Igarza: *Burbujas de ocio*, 2009, p. 27.

<sup>15</sup> Véanse sus capítulos 2 y 3.

la centralidad de su modo exclusivamente *phoned* de puro sonido, se ha convertido en un centro de preocupaciones escriturales y audiovisuales. Nuestra tarea es, en buena parte, reconstruir el uso del smartphone, que sigue relacionado al sonido. Con los auriculares, constituye una auténtica interfaz en plataforma, para los intercambios telefónicos, radiofónicos y musicales.

El uso en audio del smartphone en movilidad nos ha obligado a diferenciar dos tipos de movilidades en su uso: una movilidad *activa*, en la que el individuo la administra y controla sus movimientos —en caminatas, bicicletas, patines o conduciendo automóviles—, y una movilidad *pasiva* con el individuo recorriendo espacio público, pero sin administrar el recorrido y el contacto con otras movilidades —en el transporte público, como acompañante en automóviles.<sup>16</sup> La movilidad pasiva permite administrar, en recepción y en producción, mediatizaciones audiovisuales y escriturales, tareas que resultan imposibles en las movilidades activas. Mientras la movilidad pasiva se asimila bastante a la situación de intercambio en posiciones fijas, la movilidad activa es una situación adecuada a las mediatizaciones de sonido y el fracaso del *google-glass* es el del intento de introducir mediatizaciones audiovisuales en la movilidad activa.

Una vez que hemos introducido, aunque superficialmente, marcos teóricos y conceptuales ordenadores, podemos introducirnos en las propuestas de periodización de las relaciones entre las mediatizaciones de la música y su participación en el espacio público.

#### MOMENTOS EN LA INTERACCIÓN MÚSICAS/ESPACIOS

Por supuesto que sería ingenuo estudiar las relaciones de las músicas, las mediatizaciones y los espacios públicos sólo a partir de las mediatizaciones del sonido que se desarrollan desde fines del siglo XIX.

Los momentos de cambio tecnológico producen vértigo en sociedades tecnologistas como la nuestra. El proceso que va desde el daguerrotipo en 1839 hasta la presentación del cine sonoro y la consolidación del sistema teléfono-fonógrafo-radio, ambos en la década del treinta del siglo XX, es un período revolucionario de la mediatización, sólo comparable al que se viene produciendo desde la década de los ochenta del siglo pasado.

Tal vez como una manera de enfrentarse a ese vértigo de los cambios en cortos períodos de tiempo, desde la sociosemiótica veroniana se viene generando una respuesta útil frente a la inmediatez: el de la *larga duración* en la mediatización. Vista desde la larga duración, las novedades del siglo XIX o las recientes pierden su efecto de importancia excluyente.

Cuando Eliseo Verón, en su último libro, reflexiona sobre *el primer fenómeno mediático*,<sup>17</sup> lleva a Oscar Traversa a hablar de «trayecto largo de la mediatización».<sup>18</sup> Pero si bien ese trasfondo teórico permite desdramatizar nuestro trabajo, siempre debemos recordar que nos dedicamos a esa modernidad post-renacentista que Marshall McLuhan ha definido más como *tipográfica*, que como *impresa*.<sup>19</sup>

Lo macro y la larga duración nos situarán siempre en la escala del *Sapiens*, relativizando y recontextualizando los fenómenos relativamente cercanos en el tiempo; y la

<sup>16</sup> Ver José Luis Fernández: «La vida en plataformas: auriculares + smartphones», 2017b.

<sup>17</sup> Eliseo Verón: «El primer fenómeno mediático», 2013, cap. 11.

<sup>18</sup> Oscar Traversa: «Eliseo Verón y el trayecto largo de la mediatización», 2015, p. 146-147.

<sup>19</sup> Marshall McLuhan: *La galaxia Gutenberg. Génesis del «Homo typographicus»*, 1985. Se olvida frecuentemente que el subtítulo de la Galaxia Gutenberg es «Génesis del Homo typographicus».

corta duración y su perspectiva micro nos permitirán, en cambio, describir los pasajes de, por ejemplo, lo musical como parte de ritos o de géneros dramáticos o juglarescos, a lo musical mediatizado. Una transformación que todavía se resiste a ser procesada por las disciplinas que se ocupan de lo musical.

Es importante entender a las mediatizaciones antes de su aparición masiva, porque su conocimiento es útil para tomar como referencia la escena de la música en vivo. Aquí convergen al menos tres series que deben tenerse en cuenta respecto de la mediatización de lo musical y su aceptabilidad social: instrumentos y espacios de representación cuyas convivencias permiten y generan diferentes relaciones con el público, de proximidad o distancia, de participación o independencia de escucha:

—cada instrumento permite, por su materialidad, por su tamaño, mayor o menor intervención por parte del ejecutante respecto de tradiciones o formas establecidas por la tradición, técnicas de ejecución o formas socialmente aceptadas dentro de la práctica musical;

—los procesos históricos de construcción del discurso musical, especialmente las trayectorias de la abstracción, primero con la música ritual o dramática y luego con la que poseía letra, generaron progresivamente tipos de géneros musicales exclusivamente dedicados a enfocarse en lo melódico, lo rítmico y lo armónico;<sup>20</sup>

—la construcción de tipos de performances propias de diversas escenas de presentación, muchas de ellas en contacto con públicos aleatorios, no fijados o no convocados especialmente, en los que se van generando convenciones performáticas aceptables para diferentes situaciones de audición —véase, por ejemplo, el desarrollo del concierto de misceláneas<sup>21</sup> que abrieron la puerta para los conciertos multigénero o de articulación de lo musical con otros tipos discursivos como en el music-hall. Es decir que existen diversos modos de relacionar en un evento instrumentos musicales, aspectos del espacio material social, fenómenos sociales y tipos de discurso musical.

Vista como parte de esa secuencia de construcción de diversas prácticas —en diversos niveles y, al menos, parcialmente independientes entre sí—, la aparición y desarrollo de las mediatizaciones, si bien introduce profundas modificaciones en la vida musical, también será siempre en dependiente en diversos aspectos de esas tradiciones previas. En nuestros transportes y espacios públicos, músicos aficionados o semiprofesionales siguen ganándose la vida ilustrando musicalmente la vida social.<sup>22</sup>

Propondremos aquí esta vez tres grandes períodos en las relaciones entre las mediatizaciones del sonido y de lo musical, y las diversas plataformas y sus aportes a la construcción de paisajes sonoros: el primero, desde la creación de la radio y el fonógrafo centrado en *ubicuidad* del sonido mediatizado; el segundo, desde la década del sesenta del siglo XX en el que la miniaturización trajo la *portabilidad* del receptor acompañando a los oyentes, y el tercero y actual, donde cada individuo parece elegir su paisaje sonoro en *movilidad* en la escena social, articulando tanto recepción como producción.

<sup>20</sup> JurgenNeubauer: *La emancipación de la música. El alejamiento de la mimesis en el Siglo XVIII*, 1992.

<sup>21</sup> William Weber: «Variaciones sobre la miscelánea», 2011.

<sup>22</sup> José Luis Fernández: «Música, músicos y redes en el espacio urbano», 2015.

## **Broadcasting y ubicuidad**

Al menos desde el punto de vista de los estudios sobre las mediatizaciones no hay duda de que, en el reconocimiento y en el estudio del origen del fenómeno del espacio atravesado por el sonido, estuvo la radio.

En su *Estética Radiofónica* de 1936, Rudolf Arnheim incluye en dos momentos la escucha en el espacio público: en la Introducción, donde comenta un viaje de vacaciones y se siente fascinado por la posibilidad que le brinda la radio de un café de seguir en contacto con su vida cultural<sup>23</sup> y ya en el final del libro, describe cómo un ciudadano medio sale de su hogar y es acompañado, al atravesar la ciudad, por el sonido que brota de diferentes receptores de radio.<sup>24</sup> En ambos casos, los ejemplos están vinculados a la difusión de lo musical.

Es verosímil que ya en ese momento, esa escucha social y en *broadcasting* compitiera con la música que salía desde otros bares o desde otros domicilios con reproducciones fonográficas. Si bien ambos fenómenos, la radio y el fonógrafo, tienen componentes de industria y *broadcasting*, cualquier nativo de esa sociedad podría discriminar entre producción mediática y producción individual en cada caso.

El sistema de medios de sonido, en definitiva, es una combinatoria entre la *red* telefónica y el *broadcasting* radiofónico-fonográfico se adaptó rápidamente a esas movi- lidades sociales.<sup>25</sup>

Esas escuchas tenían que ver con la ubicuidad que permiten las emisiones sonoras que no hacen depender su recepción de la fijación frente a los dispositivos receptores. Los ciudadanos, en su andar urbano, se van encontrando con la presencia de sonidos mediatizados y con sentido de producción externa a su condición de oyentes.<sup>26</sup> Las transmisiones en cadena muy frecuentes desde las emisoras estatales monopólicas de modelo europeo y menos en los modelos mixtos o centralmente privados como en Estados Unidos, están en la base de la reflexión sobre fenómenos del tipo de la aldea global. Esas tensiones entre presencias musicales diversas están sin duda también en la base de buena parte de las reflexiones sobre el tema de Carpentier.<sup>27</sup>

Pero esa ubicuidad, que coincide con la propuesta por Logan y Scolari, no es la única que propone la radio. Umberto Eco, en un artículo de fines de la década del setenta del siglo XX, analiza el fenómeno de la proliferación de las llamadas *radios libres*—a partir, aparentemente, de sus experiencias de recepción en el automóvil, es decir, en movimiento— dando cuenta de lo que ocurría en ese momento al recorrer, manteniendo fijo el dial, la distancia que por autopista separa a Milán de Florencia. Es un fenómeno muy interesante, muy propio de la mediatización del sonido, y que ha pasado relativamente inadvertido.

<sup>23</sup> Rudolf Arnheim: *Estética radiofónica*, 1980, p. 15.

<sup>24</sup> Arnheim: *Op. cit.*, 1980, p. 153.

<sup>25</sup> El enfoque de Arnheim que, siguiendo a Logan y Scolari, denominaríamos como dedicado a la ubicuidad, se rescata en el trabajo de Oliveira Menezes —*Op. cit.*, 2007, pp. 98-118—, quien explora tránsitos sonoros en casos de textualidad radiofónica en los que se manifiesta la capacidad del discurso de la radio para despegarse de la fijación espacial. Y siempre la emisión de lo musical está presente.

<sup>26</sup> Fernández: *Op. cit.*, 2015.

<sup>27</sup> Carpentier: *Op. cit.*, 2012.

El receptor que construye el texto de Eco aparece como desdoblado. Por un lado, está el que analiza las características de algunos de los textos que percibe y que se manifiesta en primera persona; es el receptor de la ubicuidad, se *encuentra* con los textos que le propone la mediatización, de un modo equivalente al que experimenta el caminante frente a la comunicación de vía pública, o frente al voiceo y a la exposición de las tapas en los kioscos en la venta de prensa gráfica.

El otro perfil de receptor/conductor de auto, construido en tercera persona en el artículo, podría estar incluido dentro del capítulo siguiente sobre la portabilidad: en efecto, se traslada por el espacio social portando su receptor y, al desplazarse por ese recorrido, atraviesa, advertida o inadvertidamente, el área de emisión de diferentes radios cuyas ondas, sus contenidos, sus músicas, se superponen o se suceden. Es que la oposición automóvil *versus* caminata o bicicleta, aquí obliga al cambio de escala.

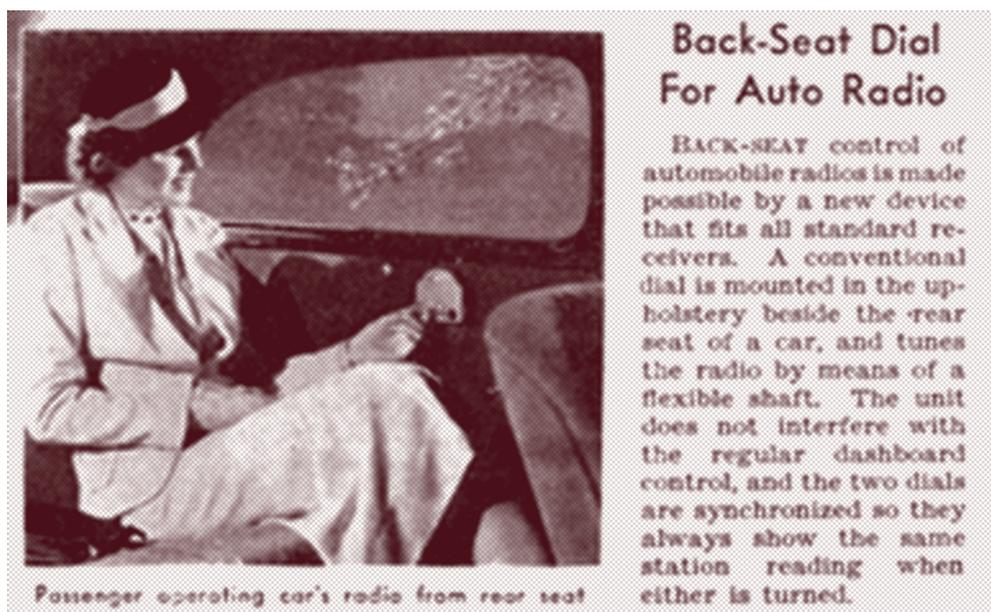


Figura 1 Auto radio GM 1937 (Modern Mechanix)

Una nota de interés semiótico porque tiene que ver con cambios en los intercambios discursivos: esa experiencia de Eco se apoyaba sobre la segmentación progresiva, que parecía imparable en ese momento, de las emisoras de FM. Quien atraviese en automóvil un país como España, como le ha ocurrido al autor de este libro, puede hacerlo sintonizando alguna de las grandes cadenas nacionales en FM, y experimentará un matiz micro: se mantiene el componente central de la programación de cada emisora y, de ese atravesamiento por las diversas estaciones locales, sólo se registrará el cambio de las publicidades locales, de cada provincia, región o, aun, ciudades que se recorren o simplemente se pasa cerca. La mediatización del sonido genera, desde hace décadas, fronteras e intersticios muy particulares, que continúan poco exploradas en la cultura de la actualidad.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> José Luis Fernández: «Semiotics and interstitial mediatizations», 2017a.

## **Broadcasting y portabilidad**

Durante la década de los sesenta del siglo XX, la radio pierde la centralidad mediática en el hogar frente a la televisión, pero la miniaturización permitió agregar la *transportabilidad* a la ubicuidad emisora. De ninguna manera esa transportabilidad debe ser atribuida exclusivamente a las nuevas tecnologías electrónicas. La condición de *ubicuidad* aparentemente estructural que vimos en el punto anterior respecto de las mediatizaciones del sonido, se manifestó en los intentos muy tempranos para incorporar receptores radiofónicos a los automóviles; es decir, que la transportabilidad de las mediatizaciones del sonido fue muy temprana. Se ven allí esfuerzos de *portabilidad* muy previos a la incorporación del transistor. Es decir que, desde un principio, mediatización del sonido y movilidad no fueron contradictorias, sino que, al menos, convivieron en tensión.

Las emisiones radiofónicas y fonográficas acompañaron el recorrido del individuo por el espacio social, ya fuera caminando o en los medios de transporte privados y públicos, con mayor capacidad de decisión del escucha sobre los contenidos recibidos.

De todos modos, la decisión individual de escucha y la recepción pasiva de selecciones de otros continuaron en convivencia y participando en la construcción de paisajes sonoros mediáticos. Un hecho curioso es que, a pesar de que los receptores portátiles de radio (*Spica*, *Hitachi*, etc.) disponían de auriculares (en realidad, *audifonos*), por mucho tiempo fue habitual la escucha al aire, apareciendo los primeros conflictos en la construcción de la atmósfera sonora mediática. La conflictividad podía aparecer tanto en la calle como en los espacios públicos, o por la proliferación de vehículos de transporte público y privado con autorradios, la selección de su programación y de su volumen.

Desde las décadas del cincuenta y sesenta del siglo XX hasta los ochenta, y tal vez con un nivel sólo comparable a las ferias *pre-mediáticas*, el espacio público fue un campo de competencia auditiva en el que la fragmentación y la inestabilidad de las recepciones competían con el triunfante modelo *mosaico* de la programación radiofónica. Sólo con las reflexiones sobre la posmodernidad se comenzó a registrar ese fenómeno de falta de narraciones y lógicas integradoras, aunque se puso el foco académico sobre la televisión en el hogar y su *flujo* de programación, y no en la radio, ganadora de la calle, que venía teniendo ese formato desde la década del 30 del siglo XX.<sup>29</sup>

## **¿Del paisaje a la atmósfera individual?**

La combinatoria entre *smartphones*, plataformas en *streaming* y auriculares ha producido un actor urbano móvil desconectado, al menos parcialmente, de su paisaje urbano. El agregado de la gratuidad de los mensajes de voz por WhatsApp les ha yuxtapuesto a esos *audionautas* la capacidad de hablar en voz alta, abstraídos de la escucha de sus congéneres. ¿Se abre una nueva etapa en las relaciones entre espacio sonoro y espacio social?

En primer lugar, conviene recordar que de ninguna manera ha desaparecido la música del espacio público y, en cierto modo, su presencia se ha hecho casi profesional y muchas veces en convivencia con componentes mediatizados.<sup>30</sup> Pero, al menos mientras sigamos

<sup>29</sup> Raymond Williams: *Televisión. Tecnología y forma cultural*, 2011, pp. 105-151.

<sup>30</sup> Véanse Rubén López-Cano: *Músicas, ciudades, redes: creación musical e interacción social*, 2008 y «Mexican Sonideros: alternative bodies on streets», 2016.

investigando, parece que esa es una línea que viene desde el medioevo, en la que, en las zonas públicas, los músicos intervienen disputando su espacio frente a otras actividades de la vida social —comerciales, religiosas, afectivas.

Dentro de las relaciones de lo musical con lo específicamente urbano, también ocurre que comienza a cuestionarse la realización de grandes recitales dentro de sus espacios, que alteran a la normalidad de la vida vecinal y al tránsito. Pero ello convive con que elementos del espacio público son utilizados como instrumentos musicales o equivalente en intervenciones como las de Llorenç Barber o el grupo Buenos Aires Sonora.<sup>31</sup> Pero, como vimos, la gran novedad es *la vida musical en auriculares*. Se trata de un fenómeno complejo y poco estudiado y que aquí sólo presentamos, aunque ya nos vemos obligados a dividirlo en dos *sub-momentos*. Sobre ese fenómeno, describiremos algunos de sus antecedentes y de sus efectos en la actualidad.

### **A) Broadcasting vs. individualidad**

En la década de los ochenta del siglo XX, sucesivamente el *walk-man* y el *disc-man* introdujeron la portabilidad de los objetos portadores de música (casetes y compact-disc), que convirtieron en cómodamente portátil la escucha musical independiente. De todos modos, conviene hacer notar que esta escucha nunca se independizó plenamente de la radiofónica: *walk-mans* y *disc-mans*, como ahora el *smartphone*, incluyeron la posibilidad de sintonizar emisoras radiofónicas, al menos de FM. Pero lo que sí comienza aquí, definitivamente, es el aislamiento del individuo en movilidad por el espacio social detrás de sus auriculares.

En un sentido bastante preciso, aunque poco aceptado por el sentido común, gran parte de los fenómenos de actualidad pueden entenderse como desarrollos de ese momento, aunque expandido por las facilidades tecnológicas. La digitalización, las redes y plataformas y el streaming han dado empuje a la autoproducción, al *downloading* y a la autoedición y posterior distribución.<sup>32</sup>

Por primera vez se presenta en el recorrido individual una especie de clausura, de barrera, entre la escucha individual y la construcción del paisaje sonoro urbano. La selección musical individual va siendo progresivamente más sofisticada y autoeditada gracias al acceso extendido a lo fonográfico. Esa vida de las mediatizaciones del sonido, que comienza a incidir con fuerza en las vidas de lo musical, se convierte por primera vez en competencia específica de lo radiofónico, y aún de lo industrial musical. Es en ese espacio de nuevas tensiones entre lo radiofónico y lo fonográfico en movilidad que aparece la oferta progresiva del podcasting que, si bien es construido pensando en la competencia con lo radiofónico, tiende a ser incorporado por plataformas como Spotify, poniéndolo en paralelo con la oferta fonográfica.

### **B) Individualidad, metadiscursos y circuitos: *postbroadcasting***

La imagen del transeúnte compartiendo activa o pasivamente un sonido mediatizado que compete con el de la escena social, se opone a lo que vemos en la actualidad en nuestros espacios públicos urbanos: una visible proporción de conciudadanos, nosotros mismos,

<sup>31</sup> Martín Liut: «Notas al pie de la ciudad. Arte sonoro para sitios y tiempos específicos», 2009.

<sup>32</sup> José Luis Fernández y Germán Rosso: «Producción musical y movilidad», 2014.

recorremos el espacio público portando *auriculares* que nos permiten acceder a una oferta sonora, primordial pero no absolutamente musical, que compete con los otros estímulos sonoros que nos alcanzan, sin que el auricular sea una barrera absoluta. De todos modos, para entender este momento de la *movilidad* como particular es que ella incluye que no sólo escuchamos, sino que también hablamos, o vamos produciendo o compartiendo música en nuestras redes.

Este momento, en que se presenta el despliegue evidente de cierto individualismo soportado por el uso de auriculares, convive, como también sabemos, con diversas relaciones interindividuales soportadas en el *networking*.

De todos modos, ese mundo sonoro hacia el *adentro* del individuo, no parece borrar los gustos estilísticos comunes y todavía de gran extensión. Se habrá notado que la segmentación estilística tiene sus límites resistentes y que ninguna individualidad ha conseguido apagar el éxito perdurable o novedoso de músicos de peso internacional.

Dos series de fenómenos cuestionan a la intuición de que la escucha en individualidad es un camino de época, y que su práctica obture conexiones e interacciones con lo social; y ambas son muy diferentes.

La estereofonía y el trabajo de edición en estudio pusieron en dificultades la ejecución en vivo de la música finalizada en estudio, o la presencia de grandes performances en vivo, en grandes conciertos masivos, con fuerte componente multimedia o, tal vez como un fenómeno lateral de valoración diferente de la complejidad musical, las fiestas de masas, tipo *Rave*, alrededor de la música electrónica y los *dj's*.

El otro fenómeno es la constitución de *circuitos* musicales que articulan performances en vivo con presencias en diversas plataformas de difusión de lo musical, especializadas o no, estos circuitos, que estamos estudiando en la actualidad, parece que hacen sostenibles las actividades de músicos de géneros y estilos alternativos, desde el jazz o ciertas músicas regionales, a lo relacionado con el hip-hop y sus variantes y a lo *queer*.<sup>33</sup>

Fascina decir que el efecto de globalidades efecto de *las redes*, y tal vez es verdad que parcialmente atraviesan las nuevas audiencias; pero sabemos que esos fenómenos pasan también por lo que queda de la comunicación masiva. A esa pervivencia, a esa tensión entre sistemas de intercambio, es lo que denominamos *postbroadcasting* como tensión entre *broadcasting* y *networking*.

## CONCLUSIONES

El objetivo en este trabajo fue revisar el estado actual de cruce y reestructuración de las series de las producciones mediáticas, sonoras y musicales, con otras series de la vida social, para entender hacia dónde marcha en nuestra cultura la producción de tensiones novedosas entre paisajes de cruce entre lo social y lo individual, en el campo de la vida musical.

Las relaciones entre las músicas y sus vidas y los espacios públicos no se agotan en las mediatizaciones de lo musical, ni éstas pueden describirse de modo sencillo. El investigar a la música, desde su inserción en el espacio social, genera observaciones específicas sobre la vida cultural.

<sup>33</sup> José Luis Fernández y Equipo: *Letra, imagen, sonido. Plataformas y redes sociales: relaciones entre mediatización, espacio urbano y cultura. 2018-2021*, 2018.

El efecto de periodización, producido desde la investigación empírica de prácticas musicales, mediáticas o no mediáticas, produce modos de organizar los fenómenos de un modo particular.

El cruce entre performances musicales en vivo o mediatizadas y la incorporación de diferentes tipos de movilidad, muestran prácticas culturales intersticiales que suelen pasar desapercibidas.

La incorporación masiva de los auriculares en el recorrido individual a través del espacio público, por ejemplo, genera desde una mirada externa una especie de clausura en la construcción del paisaje sonoro urbano, que quedaría al arbitrio de la contaminación sonora urbana y despegándose así de la producción radiofónica y musical, encerradas ahora en la escucha inaccesible al espacio social y comunitario. Ya vimos que eso es una visión parcial, pero no deja de parecer cierto que algo nuevo está ocurriendo.

¿Pero, es tan así? O, al revés, ¿era tan comunitaria y social la escucha previa producto del *broadcasting*? En estos temas ¿el *networking*, mientras expande la interacción individual mediatizada, elimina la interacción entre mediatizaciones y la relación cara a cara?

La extensión y complejidad de esas preguntas ya ponen en evidencia que el alcanzar una respuesta general será imposible en esta instancia y en esta presentación.

La etapa actual de los paisajes y las atmósferas sonoras, ahora repartidas también en infinitas escuchas individuales, fue marcada centralmente por la competencia entre lo musical individual y lo radiofónico general, aun cuando el *broadcasting* sea hoy más segmentado que puramente masivo.

Creemos que dentro de las escuchas individuales se diferencian entonces dos circuitos diferenciados de atmósferas —la individual y la social—, pero con conexiones entre ellas, dado que la atmósfera individual puede ser compartida discursiva o metadiscursivamente con redes mediáticas o cara a cara. En este sentido, el estudio de los nuevos circuitos musicales urbanos, permitirá comprender nuevas instancias de interacción entre prácticas y sus consecuencias con los paisajes y espacialidades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Araújo Duarte Valente, Heloísade: «Canção artística, canção popular, canção das mídias: movência e nomadismo», en Araújo Duarte Valente, H. de (org.): *Música e mídia. Novas abordagens sobre a canção*, Via Lettera/Fapesp, São Paulo, 2007.

Arnheim, Rudolf: *Estética radiofónica*, G. Gili, Barcelona, [1936] 1980.

Carpentier, Alejo: *El disco y la cultura musical*, Ediciones Museo de la Música, La Habana, 2012.

Chion, Michel: *El sonido. Música, cine, literatura...*, Paidós Ibérica, Barcelona, 1999.

Eco, Umberto: «Una nueva era en la libertad de expresión», publicado en castellano en: Bassets, Ll. (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*, G. Gili, Barcelona, 1981, pp. 213-230.

Fernández, José Luis: «Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas», en *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical* (Coordinador), La Crujía, Buenos Aires, 2013, pp. 27-46.

\_\_\_\_\_ : «Música, músicos y redes en el espacio urbano», en *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada*, UBACyT. 2do. Semestre, Buenos Aires, 2015, pp. 219-234.

- \_\_\_\_\_ : «Semiotics and interstitial mediatizations», en Bankov, Kristian y Peter Cobley (eds.): *Semiotics and its masters*, de Gruyter, Mouton, Berlin, 2017a, pp. 169-182.
- \_\_\_\_\_ : «La vida en plataformas: auriculares + smartphones», en Pardo Abril, N.: *Semióticas. Materialidades, discursividades y culturas*, Instituto Caro y Cuervo, Imprenta patriótica, Bogotá, Colombia, 2017b, pp. 71-88.
- \_\_\_\_\_ : *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*, La Crujía, Buenos Aires, 2018.
- Fernández, José Luis (Dtor.) y Equipo: *Letra, imagen, sonido. Plataformas y redes sociales: relaciones entre mediatización, espacio urbano y cultura. 2018-2021*. Proyecto de Investigación con subsidio para investigadores formados UBACyT (Secretaría de Ciencias y Técnica de la UBA). Código 20020170100244BA, 2018. ([https://www.academia.edu/37271667/UBACYT\\_2018-21\\_Plan\\_de\\_Investigaci%C3%B3n\\_JLF\\_Y\\_EQUIPO.pdf](https://www.academia.edu/37271667/UBACYT_2018-21_Plan_de_Investigaci%C3%B3n_JLF_Y_EQUIPO.pdf)).
- Fernández, José Luis y Germán Rosso: «Producción musical y movilidad», 2014. (<https://musicapostbroadcasting.wordpress.com/2015/04/30/produccion-musical-y-movilidad/>).
- Igarza, Roberto: *Burbujas de ocio*, La Crujía, Buenos Aires, 2009.
- Liut, Martín: «Notas al pie de la ciudad. Arte sonoro para sitios y tiempos específicos», en *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada N° 3*, 1er. Semestre 2009, UBACyT, Buenos Aires, 2009, pp. 85-99.
- Logan, Roberty Carlos A. Scolari: «El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático», en *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada N° 11*, 1er. Semestre 2014, UBACyT, Buenos Aires, 2014.
- López-Cano, Rubén. (eds.): *Músicas, ciudades, redes: creación musical e interacción social*, Salamanca, SiBE – Caja Duero, 2008 ([www.lopezcano.net](http://www.lopezcano.net)) [Leído por última vez 22-08-2015].
- \_\_\_\_\_ : «Mexican Sonideros: alternative bodies on streets», en *Inmediaciones de la comunicación*, Vol. 10, N° 10, Escuela de Comunicación, ORT, Montevideo, 2016, pp. 145-155.
- McLuhan, Marshall: *La galaxia Gutenberg. Génesis del «Homo typographicus»*, Planeta-Agostini, Barcelona, [1962] 1985.
- Menezes, Jose E. de Oliveira: *Rádio e cidade: vínculos sonoros*, Annablume, São Paulo, 2007.
- Modern Mechanix: «Back-Seat Dial for Auto Radio (Nov, 1937)» (<http://blog.modernmechanix.com/back-seat-dial-for-auto-radio/>) [bajado: 12-12-2014].
- Neubauer, Jurgen: *La emancipación de la música. El alejamiento de la mimesis en el Siglo XVIII*, Visor, Madrid, [1986] 1992.
- Orquesta del Caos: *Espacios sonoros, tecnopolítica y vida cotidiana. Aproximaciones a una antropología sonora*. Orquesta del Caos e Institut Català d'Antropologia, Barcelona, 2005.
- Samaja, Juan: *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación*, Eudeba, Buenos Aires, [3ra Edición 1999], 2016.
- Schafer, R. Murray: *The New Soundscape*, Scarbourough, Berandol, M. L., Ontario, 1969.

- Traversa, Oscar: «Eliseo Verón y el «trayecto largo de la mediatización»», *Estudios* (33), 2015, pp. 131- 149.
- Verón, Eliseo: *La semiosis social*, Gedisa, Buenos Aires, 1987.
- \_\_\_\_\_ : «El primer fenómeno mediático», en *La semiosis social 2*, Paidós Buenos Aires, 2013, pp. 171-184.
- Weber, William: «Variaciones sobre la miscelánea», en *La gran transformación en el gusto musical*, FCE, Buenos Aires, 2011, pp. 59-112.
- Williams, Raymond: *Televisión. Tecnología y forma cultural*, Paidós, Buenos Aires, [1974] 2011. ■

**José Luis Fernández.** Argentina. Doctor en Ciencias Sociales-UBA. Profesor e investigador sobre Semiótica de las mediatizaciones en Universidad de Buenos Aires y en la Universidad de Tres de Febrero. Dirige proyectos de Investigación con subsidios UBACyT y UNTREF. Director de la revista académica e indexada *Letra. Imagen. Sonido*. Su más reciente libro es *Ciudad mediatizada. Plataformas mediáticas* (La Crujía, 2018).