

Pasado y presente de las mediatizaciones de sonido/audio: una aproximación sistémica

José Luis Fernández

UBACyT. Universidad Nacional de Tres de Febrero. Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario.

injlmmas@gmail.com

ORCID 0000-0002-4196-6528

Fecha de finalización: 30 de agosto de 2022.

Recibido: 30 de agosto de 2022.

Aceptado: 25 de noviembre de 2022.

DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.jlf>

Resumen

Este artículo propone una revisión de mediatizaciones de sonido/audio consideradas como novedosas en el actual ecosistema mediático. Se trata de fenómenos propios del ecosistema de plataformas, pero también tienen incidencia en la vida cotidiana. Sería imposible realizar un recorrido exhaustivo desde propuestas para intersticios individuales o interindividuales hasta aquellas que procuran un alcance masivo. Entre las primeras se encuentran las aplicaciones para órdenes de voz o los mensajes de audio en las de plataformas de mensajes; entre las segundas, serán revisados el renacer del audiolibro y la explosión del *podcasting*. La metodología será la de la sociosemiótica de las mediatizaciones con un enfoque ecosistémico. El objetivo central es ofrecer un aporte más a las prácticas interdisciplinarias con las que se vienen investigando las mediatizaciones soportadas en redes sociales. Se tendrán en cuenta tres niveles: el de los dispositivos técnicos aplicados en la producción, distribución y recepción, el de los formatos discursivos que se proponen y sus relaciones con diferentes tipos de movilidad en la recepción. El momento actual será comparado con los momentos previos de las mediatizaciones de sonido/audio para establecer las permanencias y las continuidades.



Palabras clave: mediatizaciones, sonido, audio, escuchas, movilidades, formatos.

Past and present of sound/audio mediatizations: a systemic approach

Abstract

This article proposes a revision of sound/audio mediatizations considered novel in our current media ecosystem. We are referring to phenomena that are common in platforms, though they also affect everyday life. It would be impossible to carry out an exhaustive review of all examples currently shared by or between individuals, or enjoyed by wide audiences. In the first group, there are apps with voice commands or messaging apps with audio messages; in the second group, there are audiobooks and podcasts. Our methodology will involve the socio-semiotics of mediatization with an ecosystemic focus. Our main goal is to contribute to the interdisciplinary practices with which researchers investigate mediatizations on social media. We will consider: the devices involved in production, distribution, and reception; the proposed discursive formats; and the relationship between these formats and different types of reception mobility. Our current moment will be compared to previous eras of sound/audio mediatizations to establish a sense of continuity.

Keywords: mediatization, sound, audio, listening, mobility, formats.

Passado e presente das midiatizações de som/áudio. Uma abordagem sistêmica

Resumo

Este artigo propõe uma revisão das midiatizações sonoras/áudio consideradas como inovadoras no atual ecossistema midiático.

Esses são fenômenos típicos do ecossistema de plataformas, mas também têm impacto na vida cotidiana. Seria impossível um percurso exaustivo desde propostas de interstícios individuais ou interindividuais até aquelas que buscam uma abrangência massiva. Entre os primeiros, aplicativos para comandos de voz ou mensagens de áudio em plataformas de mensagens. Entre estes últimos, serão revistos o renascimento do audiolivro e a explosão do *podcasting*. A metodologia será a da sociossemiótica das midiatizações, com abordagem ecossistêmica. O objetivo central é oferecer mais uma contribuição à abordagem interdisciplinar com a qual estão sendo investigadas as midiatizações apoiadas nas redes sociais. Serão considerados três níveis: o dos dispositivos técnicos aplicados tanto na produção, distribuição e recepção, o dos

formatos discursivos propostos e suas relações com os diferentes tipos de mobilidade na recepção. O momento atual será comparado com os momentos anteriores das mediações som/áudio para estabelecer permanências e continuidades, como procedimento de comparação.

Palavras-chave: mediações, som, áudio, escuta, mobilidades, formatos.

Introducción: un marco teórico-metodológico específico

Hay un efecto de transformación en el ecosistema mediático que parece anunciar un nuevo momento del *sonido/audio*, del cual las mediatizaciones de la voz solo son una parte, aunque importante, de los fenómenos (Scolari, 2021).

Este autor se pregunta si se trata de una *nueva edad de oro*, y remite al momento *mainstream* de esas mediatizaciones: entre la década del 30 y las del 50/60 del siglo XX. En el futuro estaremos sin duda rodeados de discursos de sonido/audio, pero ¿esa expansión intervendrá sistémicamente en diversos niveles de la vida sociocultural, como ocurrió en la anterior?

Las tendencias en cualquier ecosistema mediático no son lineales ni homogéneas. En este momento, se le pide a la radio, el medio central del primer momento de éxito del sonido/audio, que genere plataformas en la web, inevitablemente audiovisuales. Mientras, YouTube –de base audiovisual– sigue siendo la principal plataforma de distribución musical, en pleno éxito de las plataformas de *streaming* dedicadas –central, pero no exclusivamente– a la música.

La expansión del sonido/audio, por su parte, tiene en cuenta fenómenos de mediatizaciones complejas, como el audiolibro y el *podcast*, los cuales menciona Scolari (2021), pero también el avance de las órdenes de voz y de los mensajes de audio en las aplicaciones conversacionales, también en buena parte verbales.

La comprensión de cada una de esos movimientos y de las relaciones sistémicas entre ellos requiere el desarrollo de una investigación compleja, de largo plazo y en múltiples niveles. Excede, por lo tanto, las posibilidades de un artículo como el presente.

Los objetivos aquí estarán enfocados en describir las características de dos momentos previos de las mediatizaciones del sonido/audio para revisar desde allí los parecidos y diferencias con el momento actual y sus ofertas. Entre esas ofertas, se tendrán en cuenta, en primer lugar, las que se proponen actuar sobre fenómenos previos, como la *plataformización* de la radio y de la distribución musical. Respecto a las nuevas propuestas, se describirán tanto las cercanas a lo individual o lo interindividual (*mandos de voz* o *mensajes de audio*) como las de voluntad masiva –recuperación del formato libro, en los *audiolibros*, o el *podcasting*–, con su fuerza arrolladora de propuestas de diversas mediatizaciones, no solo de sonido.

Desde el punto de vista metodológico, se aplicará un modo de construir la *historia de las mediatizaciones*, influido por una sociosemiótica que tiene en cuenta, dentro de lo discursivo mediático y en cada uno de sus momentos, tanto las materialidades de sus dispositivos técnicos como las clasificaciones sociales que sirven para la producción, la circulación y el reconocimiento de los diversos tipos de textos en los sistemas de intercambio discursivo (Fernández, 2021; Steimberg, 2013, Traversa, 2014; Verón, 1987).

Si se acepta que la unidad de análisis del trabajo de investigación es el *sistema de intercambio discursivo mediático* y no sus diferentes elementos (*emisores, contenidos y/o audiencias* en sus diversas versiones), se acepta que las mediatizaciones no están constituidas por un solo modelo de intercambio del tipo *emisor-mensaje-receptor*. Hay diversos modos de articulación, no lineales, entre esas instancias.

Los sistemas de intercambio mediático y sus conglomerados se solapan en diversos ecosistemas: *broadcasting* (pocos emisores hacia *n* receptores) y *networking* (todos con todos), que conviven en el *postbroadcasting* (tensión entre ambos, entre medios masivos y plataformas). La tensión entre esos sistemas constituye la ecología mediática de la época.

Dentro de las clasificaciones sociales que, más o menos conscientemente, se utilizan en la sociedad para la producción y comprensión de sus intercambios discursivos, les prestaremos atención a los *formatos*, entendidos como organizaciones generales de los textos, estructurados o no, que permiten –o, al menos, proponen– organizar los intercambios discursivos de diferentes maneras (Fernández, 2012, pp. 120-123). Puede afirmarse que el de los formatos es un nivel de operación y análisis que funciona como interfaz, en sentido amplio (Scolari, 2022): un campo más o menos reglado de interacción entre los patrones socioculturales discursivos y los usos y aplicaciones individuales. Es uno de los niveles clave que fundamentan los *contratos de lectura* (Verón, 1985) o de *interacción* (Scolari, 2004).

Otro aspecto que se tendrá en cuenta, importante y sofisticado en las vidas de las mediatizaciones de sonido/audio, es el de las *movilidades* que atraviesan la vida en nuestra sociedad. El no tener en cuenta ese componente central en el actual ecosistema mediático puede llevar a *sobre* –o *sub*– valorar procesos de mediatización en sus posibilidades de recepción/escucha.

¿Por qué se insistirá con lo de *mediatizaciones de sonido/audio*? Porque es curioso que, en un sistema académico-tecnologista y economicista como el dedicado a

la comunicación sonora se oscile en esas denominaciones como equivalentes y reemplazables una por otra. Los procesos tecnológicos de captura, producción/edición, fijación o no, por un lado, y de circulación y recepción de textos de sonido, por el otro, están atravesados por diversas tecnologías, modelos diferenciados de negocio y prácticas de intercambio cultural.

En vez de períodos, aquí se hablará de *momentos*, término recuperado de Juan Samaja (2016). Este término, relativamente blando, combinará fenómenos para avanzar en una instancia posterior, interdisciplinaria, en la construcción de *períodos* (Fernández, 2021, pp. 144-145). La sutileza necesaria en la aplicación de ese término aparece claramente en las conclusiones del estudio sobre Erwin Goffman de Isaac Joseph (1999), tituladas “Una teoría de los momentos comunes”, donde define:

La noción de momento resume una característica de la vida social, a saber, la de estar situada y ser descriptible pero también la de ser estructuralmente problemática, la de estar abierta a los malentendidos y las interpretaciones de los marcos. (p. 116)

En los momentos de las mediatizaciones de sonido/audio se tendrán en cuenta los rasgos estructurantes de los dispositivos técnicos de sonido/audio, los formatos que organizan la textualidad de los sistemas y sus relaciones entre usos y movibilidades. Es un modo de construir las relaciones con sus marcos sociales y ecológicos que va de lo micro hacia lo macro.

En cuanto a lo bibliográfico, salvo cuando sean indispensables las citas de actualidad, se ha privilegiado lo que deberíamos denominar como “propuestas analíticas clásicas dentro de la sociosemiótica de los medios”. La razón es mostrar la necesidad de preservar las continuidades, aun para entender las rupturas. Se propone como enfoque metodológico general para el estudio de cualquier versión de los fenómenos de la *actualidad* o de la *contemporaneidad* mediática.

Herramientas metodológicas para el estudio de las mediatizaciones de sonido/audio

Conviene comenzar por una revisión acerca de las restricciones y posibilidades con las que se han desarrollado las mediatizaciones sobre sonido/audio en sus diversas series constitutivas, en un enfoque que se ha denominado de *semiohistoria* (Fernández, 2021).

Respecto a las posibilidades y restricciones de los dispositivos técnicos, siguiendo en buena parte todavía a Rudolf Arnheim (1980), recordemos que el despliegue del sonido es temporal, por lo que impide la lectura *en diagonal* propia de la gráfica. Una consecuencia, entre otras, es que el oyente no sabe cómo continúa el flujo de lo

discursivo. Ello genera muchas posibilidades de construcción de suspenso, pero desafía a la paciencia y al aburrimiento. El que escucha debe someterse a la secuencia discursiva. Por supuesto que el oyente que se aburra o al que le gane la impaciencia puede escuchar los primeros segundos o aplicar los aceleradores de tiempo que se hayan aplicado en diversas plataformas, pero no podrá evitar la incertidumbre sobre lo que se deja de lado (Fernández, 2012): lo diagonal no es posible.

A pesar de la temporalidad, ¿pueden construirse espacios con el sonido? Por supuesto que sí, pero es limitada la posibilidad de agregar componentes porque el oído no discrimina como el ojo. El exceso de señales produce efecto de *ruido*. Es decir, el espacio construible es inevitablemente abstracto, con pocos rasgos, y si bien es muy sugerente, genera limitaciones. El ruido, por su parte, puede usarse como efecto expresivo, pero no como materialidad discursiva básica.

El oír, más que la escucha, libera la mirada y la motricidad, pero, en la movilidad, la escucha –que requiere registro e interpretación– compite en la atención con ellas. En algunas movilidades es muy dificultoso comprender lo complejo y lo novedoso, lo cual obliga a una clasificación de las movilidades y sus posibilidades de escucha.

Los auriculares obligan a la recepción individual y aíslan, al menos parcialmente, a la escucha de su contexto de recepción. Se han pensado propuestas estéticas de audio para interactuar con contextos de escucha específicos, pero no han pasado de lo experimental. Como todo sistema de intercambio discursivo, los basados en el sonido/audio requieren de *contextos* de intercambio, buena parte de los cuales dejan *marcas* en los textos intercambiados.¹

En cuanto a las movilidades, es muy importante tenerlas en cuenta en estos sistemas de intercambio mediático, porque pueden y deben relacionarse tanto con su desarrollo histórico como con diversos fenómenos de la época en las que están involucradas (Fernández, 2021; Igarza, 2009; Jansson, 2018; Morley, 2017; Scolari y Logan, 2014).

Respecto a estas mediatizaciones, deben diferenciarse tres movilidades solo parcialmente sucesivas. Primero, la *ubicuidad*: cuando el individuo se *encuentra* con la mediatización. Esto es muy particular en las mediatizaciones del sonido, en las que es

¹ La noción de *marca* está tomada de Eliseo Verón (1987), quien afirma: “Cuando la relación entre una propiedad significativa (marca) y sus condiciones (sean de producción o de reconocimiento) se establece, estas marcas se convierten en huellas de uno u otro conjunto de condiciones (p. 129).

inevitable recibir toda mediatización sonora en el espacio público. Segundo, la *portabilidad*: en el modelo del libro, el soporte de recepción acompaña al receptor, ya sea a través de contenidos fijados, como en la música, o de emisiones en vivo, como con la radio portátil o el teléfono móvil. Tercero, Scolari y Logan (2014) denominan *mCommunication (mobile communication)* a la propia del universo del *smartphone* y las tabletas como soportes, que tienen interacciones en doble sentido, facilidad de acceso a las plataformas, aprendizaje continuo y flexibilidad horaria. Esta movilidad les permite a los usuarios libertad de espacio y tiempo, junto con la posibilidad de agregar contenidos propios.

Es decir que, dentro de la movilidad, hoy debemos tener en cuenta tanto la recepción como la producción vinculadas a la presencia de los *smartphones* y a la expansión del wifi, con la posibilidad de intervenir en todo tipo de interacciones y colaboraciones entre los individuos allí donde ellos estén.

Desde el punto de vista de las mediatizaciones del sonido/audio, las de lo musical son un capítulo importante. El estudio del uso del *smartphone* en la función audio ha puesto en evidencia dos tipos de movilidad. Por un lado, la *movilidad activa*, en la que el individuo administra y controla sus movimientos (en caminatas, bicicletas, patines, *skates* o conduciendo automóviles), y, por el otro, una *movilidad pasiva*, en la que el individuo recorre el espacio público, pero sin administrar el recorrido y el contacto con otras movilidades (en el transporte público, como acompañante en automóviles). En lo pasivo es posible administrar –en recepción y en producción– mediatizaciones audiovisuales y escriturales, tareas que resultan imposibles en las movilidades activas (Fernández, 2021, pp. 148-149).

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 que pueden independizarse de lo visual, imprescindible para controlar el espacio y el tráfico en los desplazamientos. El fracaso del Google Glass –ese esfuerzo de articulación visual entre movilidad y *realidad aumentada*– se debió, sin dudas, al intento de introducir mediatizaciones audiovisuales en la movilidad activa. Estas diferenciaciones resultarán importantes cuando describamos el sistema de mediatizaciones de sonido/audio sobre las que se insertan las nuevas propuestas de *podcasting* y audiolibros.

El último nivel a tener en cuenta aquí es el de los *formatos*. Cuando a fines de los 80 del siglo XX Oscar Steimberg investigó los usos –por la crítica y la teoría– de los

conceptos *género y estilo*, descubrió que, aunque parecían áreas diferentes, los autores – desde distintas disciplinas y sobre diferentes objetos– aplicaban en sus descripciones rasgos *temáticos, retóricos y enunciativos*. Esa tripartición ha sido ordenadora de muchos análisis a partir de su primera publicación y sucesivas versiones (Steimberg, 1988, 2013).

Lo retórico en Steimberg no se agota en lo figural, como se había reducido la disciplina desde fines del siglo XIX, sino que incluía lo que deberíamos denominar como lo *organizacional*; y los formatos, como lo *narrativo* y lo *argumentativo*. Sin dudas, en ello influyó la recuperación por parte de Roland (1982) de la retórica antigua, en tanto compleja propuesta de organización discursiva y no solo figural.

El término *formato*, para explicarlo de manera simple, se ha aplicado –y se aplica– en dos direcciones que pertenecen a series *semiohistóricas* muy diferentes:

- Hacia los *dispositivos técnicos*, o sea, hacia las materialidades y soportes (formatos radio, TV, gráfica, internet o sus diversas plataformas y aplicaciones, entendidas como *espacios de comunicación*).
- Hacia lo genérico-estilístico, o sea, hacia tipos discursivos y sus lógicas (formatos periodísticos, publicitarios, informativos, políticos, videos de plataformas como Instagram o TikTok) (Andacht y Abdala, 2018; González Conde, 2002; Thimm et al., 2018).

El término *formato* se utiliza aquí como un espacio de tensión entre las posibilidades y restricciones de los dispositivos técnicos y lo genérico-estilístico, como campo de las clasificaciones sociales de lo específicamente discursivo. Es decir, los formatos son *esquemas organizativos*, más o menos estructurados y/o estructurantes, ya impregnados por lo discursivo. En este sentido, los aplicaremos aquí como *interfaces* entre diversas series de producción de sentido y de lo sociocultural.

En la figura 1 se presentan en un mismo escenario tres tipos de fenómenos bajo el término *formato*. Para comenzar por los de mayor extensión, diferenciamos *formatos estructurados/estructurantes* –como modos de construcción con propuestas de recepción organizadas– de los *formatos no estructurados* y, por lo tanto, *no estructurantes*, que presuponen recepciones no organizadas desde la emisión.

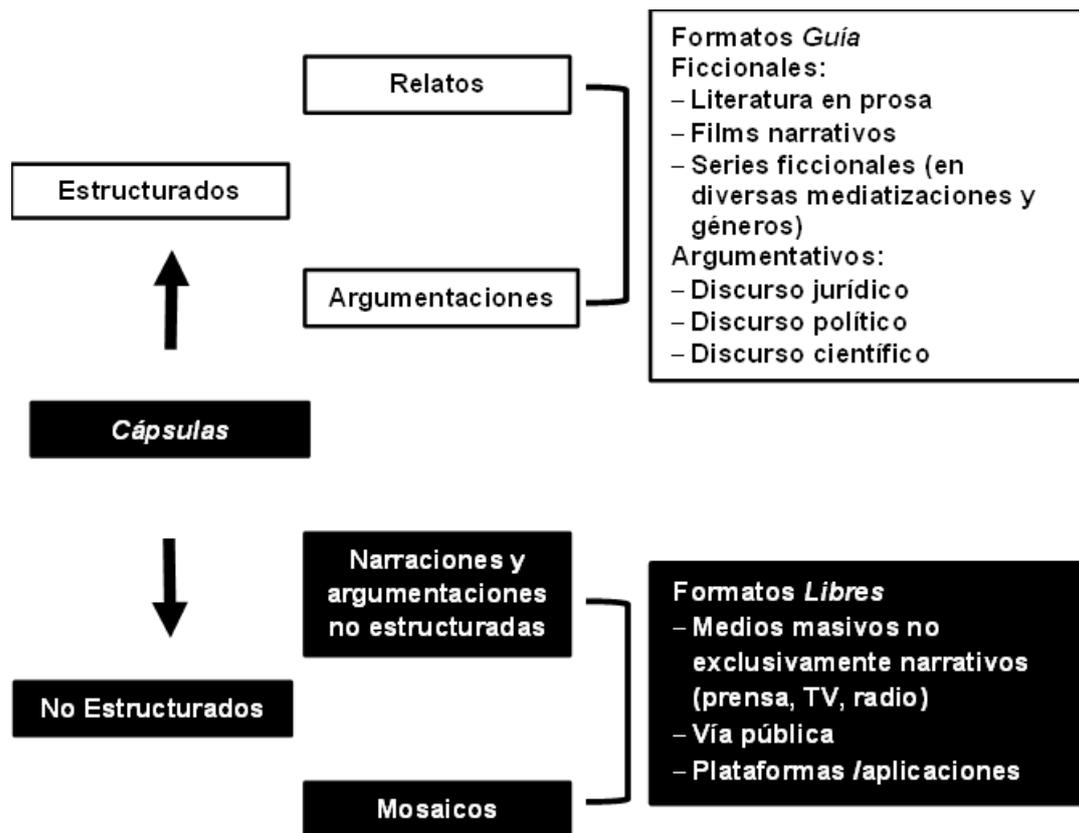


Figura 1. Modelos de formato. (Fuente: elaboración propia). Lo que se considera clave en *broadcasting* de sonido/audio se muestra con fondo negro.

Los formatos estructurados son los que han llamado la atención en el mundo académico, pero también en los metadiscursos más o menos profesionales. Desde la retórica clásica y sus derivaciones, en estudios argumentativos o literarios, el camino de la estructuración se ha visto favorecido por el interés y las preocupaciones ideológicas y políticas. La lucha actual por la descripción y apropiación de *relatos* que ordenen lo social es un rasgo evidente de la época.

Otro rasgo de insistencia de lo estructurado/estructurante es el del contenido y la propia idea de existencia, de las *estrategias comunicacionales* basadas en líneas argumentativas generales. Esas insistencias, y su poco cuestionamiento, son más notorias en el ecosistema de *postbroadcasting*, que pone en cuestión las formulaciones macro antes consideradas como ordenadoras de lo discursivo mediático.

Una consecuencia enunciativa de esas construcciones es que, en los estructurados, el enunciatario (no confundir con el receptor) está obligado a la recepción íntegra, a riesgo de perder componentes de efectos de sentido general del texto.

Dentro de los formatos no estructurados se encuentran discursos narrativos o argumentativos, pero que no presuponen un esquema ordenador general. Siempre que se

comienza con un *había una vez* o, más puntillosamente, con un *pero*, según Ducrot (1984) se construyen efectos de narración o argumentación, pero no necesariamente estructurados. Los denominados *relatos deportivos* o la construcción de *opiniones* en el discurso periodístico respecto a una noticia o conjunto de ellas no constituyen discursos estructurados. En ambos casos, no hay estructuras ordenadoras.

En la argumentación, la estructuración se produce en la *dispositio*, y en los discursos narrativos, la clave es el *relato* en sentido estricto. Un relato, según Todorov (1983), debe estar constituido por cinco momentos: a) un estado de equilibrio previo a la iniciación del relato; b) una ruptura de esa situación de equilibrio; c) el reconocimiento de esa ruptura de equilibrio (este momento es clave y, en general, poco estudiado, pero detrás de ello está la clave de hacia dónde se dirigirá un relato, ficcional o periodístico); d) el proceso de recuperación del equilibrio; y finalmente e) el restablecimiento de la situación de equilibrio que, para que sea un relato reconocido socialmente como tal, deberá ser diferente al del inicio. La *trama* es el modo en el que un relato canónico es presentado en el orden de sus momentos, comenzando por el final o excluyendo la explicitación de alguno, lo que no altera que el receptor tenga que comprender la totalidad.

El formato no estructurado más importante en la comunicación masiva es el de *mosaico*, como lo advirtió sin tener mucha repercusión Abraham Moles (1978), sin embargo, es clave para comprender los intercambios discursivos en los medios masivos y buena parte de las interacciones en plataformas y aplicaciones. Consiste en la articulación, con diferentes modos de relación, de variados *géneros micro incluidos* en otros de mayor extensión: medios gráficos, buena parte de la programación radiofónica y televisiva, la mayor parte de las plataformas y aplicaciones están en formato mosaico, con sus diversos modos de copresencia que, si no eliminan, cuestionan la importancia de las *secuencias* en las diferentes recepciones.

Hay al menos tres tipos de mosaicos en las mediatizaciones. El *mosaico bidimensional*, que es el típico de las mediatizaciones gráficas y que está presente en muchas plataformas y aplicaciones. La *grilla*, como diseño de pantalla, es un ejemplo paradigmático de este formato, y las pantallas de Inicio y Muro (*¿biografía?*) de Facebook son ejemplos de mosaicos diferentes entre sí.

Otra posibilidad del formato es el del *mosaico en lista*. La programación radiofónica y la televisiva son mayoritariamente no narrativas y en lista, y su secuencialidad hace necesaria la presencia clave de *conductores* que ordenen la escena.

Los *timelines* de las plataformas de posteos son en general en formato lista, aunque las pantallas suelen ser en mosaico bidimensional. El formato *hilo*, desde su nombre en lista, trata de imponerse en Twitter más que en Facebook, donde todavía son frecuentes las publicaciones largas, a pesar de que la pantalla lo fragmenta y obliga a hacer clic en *leer más*.

Por último, se debería tener en cuenta, especialmente en ciertas *interacciones transmedia*, algo así como *mosaicos cajas* que se expandan en diversas plataformas con desarrollo *en abismo*, pero que siempre permita la copresencia en la pantalla. Es uno de los formatos en los que se está desplegando la complejidad del *postbroadcasting*. El ecosistema se va sofisticando en la medida en que los que intercambian discursos en plataformas van combinando sus procedimientos de producción, edición y curaduría.

Lo importante del formato mosaico es que el enunciatario es construido como alguien que puede entrar y salir en cualquier momento de la recepción, dado que no hay ningún efecto de sentido general.

Para completar –parcialmente aquí– el nivel de los formatos, deben tenerse en cuenta las *cápsulas*, que en general son pequeños géneros que se relacionan con los de mayor extensión: anécdotas, cuentos populares, chismes, chistes, recetas, *partes* de diverso tipo, avisos publicitarios.

Las cápsulas como formato pertenecen a otra escala, tienen una vida antropológica, por denominar así su condición de *transepocales* y *transformatos macro*: tienen presencia en la vida sociocultural, tanto mediática como no mediática; se les presta poca atención por su supuesta poca importancia, pero son clave a nivel intersticial, tanto en argumentaciones como en narraciones, y, por supuesto, también son imprescindibles en mosaicos.

Hay una oposición clave entre formatos *macro* y lo *micro* de las cápsulas: conviene tratarlos separadamente para que lo micro no se disuelva, como suele ocurrir, en los formatos macro. Pueden entenderse como formatos *encapsulados* también a aspectos de las argumentaciones y relatos, como los *motivos* (Segre, 1985) o los *nudos* centrales de los relatos, más que los elementos que los ligan (núcleos y catálisis, respectivamente) (Barthes, 1972). Son detalles importantes, entre otros, para poner la mirada en lo intersticial dentro de las mediatizaciones.²

² No aparece aquí la *descripción* como formato porque, siguiendo a Phillippe Hamon (1994), lo descriptivo no organiza, por el contrario, establece suspensiones de competencias discursivas entre los textos y sus

Entre los resultados generales de los análisis sociosemióticos, deben tenerse en cuenta los formatos por su fuerza comparativa y conclusiva. Ya sea que los formatos macro estructurados resulten exitosos o no como tales, lo interesante es que sus partes *no se ven ni se escuchan*: los relatos y las argumentaciones *se infieren*, aunque no tengan una guía explícita de recepción o de repuesta. En cambio, los mosaicos son siempre *organizaciones superficiales* en las que se muestran las relaciones entre sus partes. No se puede escapar de su observación, aunque se le haya prestado poca atención. Es decir, el modo de hacer del mosaico dificulta la naturalización de su recepción. Este es un rasgo muy poco atendido en los estudios sobre recepción.

Los mosaicos difícilmente se construyan con *fragmentos discursivos*. Más allá de los errores y fracturas propios de la *emisión en vivo* u *online*, lo más frecuente es que aparezcan *detalles discursivos*, de los que se puede reconstruir su relación con el conjunto al que pertenecen (Calabrese, 1987). Las ediciones de discursos, entrevistas o filmes, las secuencian de modo que quede algo de la construcción original. La otra alternativa es la presencia de *géneros micro incluidos* (relatos populares o humorísticos, recetas de cocina, *flashes* informativos, partes meteorológicos o de tránsito, caricaturas o historietas, *pastillas informativas*).

Por último, la vida discursiva en plataformas ha ido generando diversos formatos micro, que todavía habría que discutir si son *géneros* o simples formatos de intervención adecuados para diversos sistemas de intercambio presentes allí: *posteos*, *comments directos*, *comments desviantes*, *emojis* y *memes*.

Como primer movimiento de utilidad clasificatoria y descriptiva, lo que en la figura 1 se representa con fondo negro es aplicable a todo intercambio discursivo, masivo o no, en el que el relato o la argumentación estructurada no están en el centro de la escena. Si se presta atención a todo intercambio que se conozca, la fuerza del mosaico sorprenderá aun en buena parte de las conversaciones grupales, mediatizadas o no.

Los momentos previos de las mediatizaciones de sonido/audio: sistemas e inserciones

Una vez ordenados los marcos teóricos y metodológicos, pueden introducirse las comparaciones entre diversos momentos de las mediatizaciones de sonido/audio. El

audiencias. Cuando lo descriptivo ocupa un espacio muy destacado, deberá aparecer como un fuerte rasgo estilístico.

objetivo no es agotar la riqueza de cada uno de los momentos, imposible desde los conocimientos actuales, sino poner en evidencia la riqueza de las relaciones –muchas veces intersticiales y/o fronterizas– entre momentos pasados, sus mediatizaciones y espacios, y el momento presente.

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.

Aprovechando la laxitud del término *momento*, puede afirmarse que el sistema mediático del sonido/audio atravesó tres momentos: el de ser uno de los consolidadores del *broadcasting* como ecosistema de los medios masivos de comunicación, el de la *intersticialidad* –todavía en *broadcasting*, pero adaptado al éxito de la televisión– y el actual, en el que se va incorporando a la *vida en plataformas*.

En este momento, las mediatizaciones del sonido/audio siguen teniendo una intensa vida intersticial, pero, entre sus investigadores y profesionales, no dejan de hacerse esfuerzos para que recuperen un lugar equivalente al que tuvieron en el momento en el que fueron *mainstream* del *broadcasting* pretelevisivo. Los medios masivos no tuvieron toda su importancia sociocultural hasta que la radio, en sistema con lo fonográfico y lo telefónico, estableció un ecosistema de extensiones continentales.

El sistema mediático vinculado con los medios de sonido/audio se terminó de conformar como tal en la década del 30 del siglo XX, cuando se estabilizó lo fonográfico en sus relaciones con la industria musical, las compañías telefónicas se relacionaron entre sí y constituyeron la primera red interindividual y la radio se convirtió en el medio masivo por excelencia.

Están bastante estudiados esos primeros circuitos en los que los programas de radio en vivo recibían solicitudes telefónicas para que se emitieran canciones de artistas populares ya famosos, tanto en vivo como a través de la reproducción de sus discos. Las especializaciones en *medios y/o fenómenos culturales* ocultaron en parte ese primer efecto en plataforma/redes en la mediatización.

Todo sistema tiene un proceso de construcción. Sin dudas, hay una relación estrecha entre la conformación de la industria de la música popular y el formato de *cápsula*, en lo que Wallach (2003) denomina *presencias materiales sonoras* (y que, en la música popular, fijó una duración de entre 3 y 4 minutos para piezas de muy diversos géneros). Pero, hasta la aparición de la televisión, la radio tenía programas con relatos estructurantes y en formato de serie, tomado del folletín en la prensa diaria. Ese

formato, centrado en el transgénero del melodrama, lo capturó rápidamente la televisión, que convirtió el radioteatro en telenovela (Berman, 2018).

En esa primera conformación del sistema mediático sonido/audio se articuló lo masivo de la producción musical, deportiva e informativa con las grandes narraciones ficcionales, que venían desde la novela realista o melodramática del siglo XIX y sus diversas mediatizaciones. En ese ecosistema se estabilizó un dispositivo *espectatorial* con posiciones corporales pasivas. Sobre él se fundaron las teorías de los efectos de los medios, de los cuales la recepción televisiva se convertiría, luego, en paradigmática.

Un aspecto central del momento es que si lo ficcional del radioteatro fue un rasgo de continuidad transmedia, antes de él no hubo deportes, géneros de la música popular ni información *de actualidad* tal como los conocemos ahora. ¿Son fenómenos exclusivamente mediáticos? De ninguna manera, pero solo al aceptar que hay un antes y un después a partir de estas mediatizaciones se entiende por qué debe ser considerado un momento de transformación cultural, al menos equivalente al de la actualidad.

En su proceso de evolución mediática, no hay dudas de que la radio expandió las relaciones entre movilidad y mediatización desde la década del 60 en su diferenciación con la televisión; luego, con el Walkman en los 80, relacionó movilidad y fonografismo. Pero hay una idea simplificada de que la escucha de radio y de música, del mismo modo que el uso del teléfono, estaba únicamente localizada en el hogar. Desde el momento de consolidación de ese sistema, la escucha en movilidad, al menos en los automóviles, estaba dentro de los objetivos del sistema, así como la telefonía sin hilos permitía la comunicación con medios de transporte (figura 2).

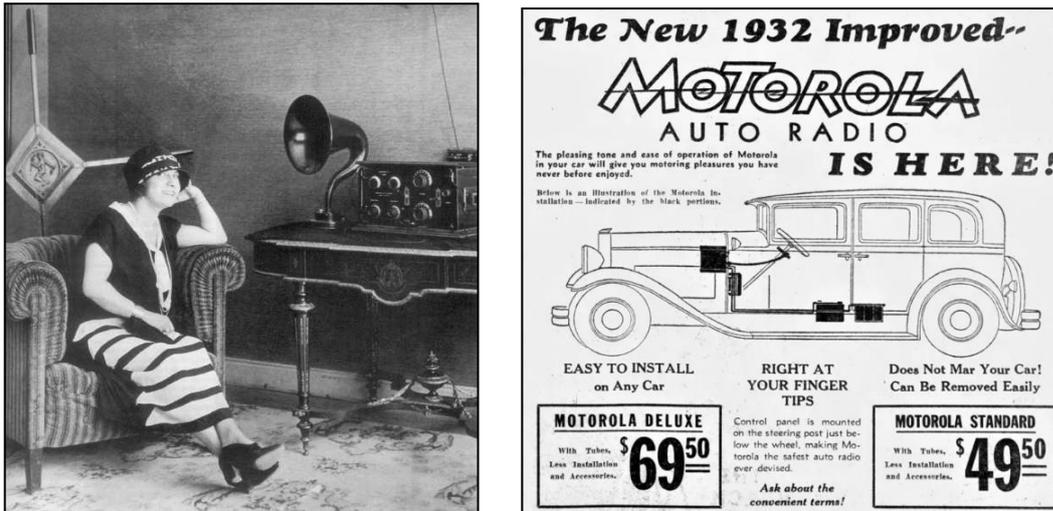


Figura 2. Escucha espectral vs. escucha en movilidad desde el principio de lo radiofónico. (Fuente: López, 2022; Timetoast, s.f., respectivamente).

El *broadcasting* ecosistémico del sonido/audio, con sus posibilidades para liberar la mirada, fue capturado, aunque haya sido intuitivamente, para la construcción de nuevos espacios de recepción que lo llevaba a converger con la comunicación de vía pública, que se expandía también en las grandes ciudades. El hogar dejaba de ser el único espacio de competencia receptiva con el cinematógrafo, pero cuestionaba las posiciones puramente *espectatoriales*.

A partir de la década del 50, la televisión fue ocupando espacios progresivamente dentro de los hogares. Desde un punto de vista semiohistórico, la captura de dos géneros clave —el radioteatro y el *show* musical en vivo— soporta ese éxito. Son géneros en el que el aporte de lo visual enriquece la recepción. En cambio, en lo informativo, la ubicuidad del móvil radiofónico fortaleció su presencia en las noticias de la actualidad en sentido estricto. La televisión, en ese momento, narra lo que ya había ocurrido y lo ilustra con formato de noticiero cinematográfico (Verón, 1995).

Esa revalorización de la movilidad e instantaneidad informativa de lo radiofónico convivió con el desarrollo tecnológico de la miniaturización electrónica. Como en cada una de esas convergencias entre lo discursivo-mediático y lo tecnológico, lo importante —en todo caso, de interés para los cronistas— no es qué ocurrió primero, sino el hecho mismo de su convergencia.

A partir del abandono de las válvulas por los transistores, la radio se incorporó a todos los automóviles y a dispositivos de recepción, que fueron el primer gran éxito industrial de las marcas japonesas. El transeúnte también se sumó entonces a la

portabilidad y a los hogares o espacios compartidos, y el aporte de los *audífonos* comenzó a construir la escucha individual como alternativa a la grupal.

Fue el primer momento de la defensa de la radio frente al riesgo de su posible muerte, pero también el inicio de su reconocimiento como un posible medio alternativo con receptores que pudieran ser también emisores (Enzensberger, 1984). No se produjeron ni la muerte del medio ni su conversión en centro de lo alternativo, pero desde ese momento nunca decayó el esfuerzo por construir radios populares, alternativas o comunitarias.

El ecosistema siguió siendo el del *broadcasting*; y la radio, un medio masivo, pero se hizo *intersticial en movilidad*. Por supuesto que se siguió escuchando en diferentes espacios, pero se fueron perdiendo los programas que obligaban a la escucha atenta, estructurada. Su formato básico se consolidó como el de *mosaico en lista*. La mayor parte de los programas, de diversos géneros, se construyeron como articulación entre cápsulas (noticias, chistes, recetas, partes meteorológicos, breves entrevistas, salidas desde los móviles). Sobre ellos, como vimos, la atención puede ser oscilante, sin riesgos de perder el efecto de sentido general.

Respecto a lo musical, si bien desde los 60 comenzó a haber esfuerzos en la denominada *música popular* para constituir al *long play* y sus sucedáneos en soportes de *obras completas* en la línea operística de la música de géneros y estilos *académicos* (*Tommy* o *La Misa Criolla* y, apenas algo después, la *Cantata Santa María de Iquique* o *The Wall*), el formato cápsula de los *temas musicales* y su articulación en *álbumes* mosaico es el paradigma.

Dos fenómenos comenzaron a anunciar grietas en este momento plenamente *broadcaster* organizado centralmente en mosaico. En los 70, con los casetes y las doble caseteras, empezaron a desarrollarse la piratería por copia y las *playlists* con temas musicales seleccionados por el oyente, ahora también editor. Recién ahí comenzó a consolidarse la *dispersión* de lo musical (López-Cano, 2018) y lo que Scolari (2020) denomina *cultura snack*. La aparición de la telefonía móvil le daría el último golpe al hogar como base de las mediatizaciones sonido/audio.

En el momento *broadcasting*, como *mainstream* o como intersticialidad, el freno a los efectos de disolución, en un universo discursivo constituido por cápsulas, fueron –y parcialmente siguen siendo– dos operaciones clave de la cultura de masas. Por un lado, con un enfoque precursor claramente transmedia, los metadiscursos –especialmente gráficos–, que daban consistencia y comparaciones, muchas veces míticas, a fenómenos

de masas muy diversos. Por el otro, la presencia de los conductores radiofónicos –luego incorporados por la televisión–, cuya especialidad era la de articular cápsulas. Las importancias diferenciadas de lo metadiscursivo y de los conductores fueron opacadas por la preocupación por lo macro y sus contenidos y por la *especialización en medios*, que dificultaba el cruce de fronteras transversales.

El momento actual: ¿unidad en la diversidad?

El ecosistema previo de los medios de sonido/audio, de ya extensa presencia intersticial, aunque importante, está en proceso de transformación por diversas alternativas de mediatización que vienen desde la segunda mitad del siglo XX.

De ese sistema *broadcaster*, lo único que sin duda perdura, aunque pierda peso entre las ofertas para escucha exclusiva, son los programas en la radio, los cuales siguen siendo mosaicos en vivo con articulaciones de conducción. Aun si se los escucha a través de sus plataformas *online*, mientras no se esté mirando la pantalla, cambia el soporte, pero no el tipo de intercambio radiofónico y sus dispositivos técnicos generadores de sentido: es el intercambio radiofónico relacionado con la movilidad activa que impide la visualización, pero disponible para quienes requieren algún contacto en vivo con el devenir social. La primera conclusión, entonces, sobre el momento actual muestra que, salvo lo radiofónico, todas las otras mediatizaciones de sonido/audio están puestas en cuestión.

La presencia de la radio no está de ningún modo congelada. Sobre ella avanza la inclusión de imagen con la progresiva transmisión audiovisual en vivo y en *streaming* de programación radiofónica en plataformas como YouTube, pero también en señales que se presentan todavía como de cable (Kischinhevsky, 2017). En el plano sonoro, la gran novedad es la utilización en las programaciones en vivo de las aplicaciones de edición y archivo de voz, que permiten insertar fragmentos grabados que *dialogan*, *discuten* o *parodian* lo que se dice, aunque sean los conductores del programa los que desarrollan un tema considerado en principio como serio. Es un modo más de cuestionar la secuencialidad temporal del sonido, lo que genera efectos espaciales diversos para el audio. Además, el *operador* interviene en la superficie del texto con la fuerza con la que el montajista lo hace en la textura cinematográfica.

Otros golpes a la exclusividad del sonido/audio son las conversaciones y presentaciones de muy diverso tipo que han convertido en audiovisuales buena parte de las conversaciones telefónicas, aun las interindividuales. Como en todo cambio

mediático, hay que esperar que se establezca la audiovisualidad conversacional, poco apta para movi­lidades y muy estimulada por la pandemia. La posibilidad de la *videoconferencia* está presente desde hace décadas, pero solo se aplicaba a ciertos usos profesionales. La intimidad de la relación voz/oído, con toda su interioridad en recepción, tal vez sea irremplazable, al menos en varios de sus usos, pero una vez aceptados los intercambios audiovisuales, buena parte se harían con esa mediatización.

En ese sistema ya en transformación, pero todavía sostenible como sistema, se insertan las muy diversas propuestas de sonido/audio, lo que permite hablar de un nuevo momento de esas mediatizaciones. ¿Se trata de un nuevo momento, de importancia equivalente al de la instalación del *broadcasting*, o de diversos aspectos de ajuste al ecosistema del *postbroadcasting*, o, más genéricamente todavía, de rasgos de la plataformización de la vida comunicacional?

A continuación se propone un listado y, luego, una breve descripción en ecosistema con un enfoque semiohistórico de, al menos, los fenómenos que parecen ocupar el centro de la escena: *órdenes de voz*, *mensajes de voz/audio*, *podcasting* y *audiolibros*.

En un primer nivel, más cercano a lo individual y hasta privado, están las propuestas de los *mandos de voz*. Se sabe que, desde el origen, la internet de las cosas (IoT, por su sigla en inglés), estuvo asociada a los mandos de voz (Ashton, 2009), un modo de evitar la manipulación progresiva necesaria en su instalación operativa.

Pensar el límite de los mandos de voz dentro de la vida privada no responde a un problema tecnológico, sino a la mixtopía (Traversa, 1994) –de efecto distópico– de espacios más o menos públicos con individuos que hablan a voz en cuello, en una enloquecedora cotidianeidad con nuestra voz y la de convivientes que dan órdenes cruzadas a los diversos *gadgets* en cohabitación. No es el único límite etnográfico, por lo territorial, de la expansión del sonido/audio como órdenes de voz. Hace tiempo que se vienen estudiando las diversas dimensiones –como la estética– en la construcción de la vida cotidiana de la época (Soto, 2014).

De todos modos, la propuesta tiene rasgos de interés en un momento de cuestionamiento de la privacidad y su consecuente defensa para la vida en plataformas. Un modo de explorar la importancia de una propuesta como la de los mandos de voz es verla incorporada a la ficción audiovisual como rasgo de sofisticación de la vida cotidiana representada. ¿Se trata de un reconocimiento de usos ya instalados o de la promoción de nuevas tecnologías con tinte *marketinero*?

También cercano a lo privado, a sus interacciones y a su cuestionamiento está el auge conflictivo de los mensajes de sonido/voz en las plataformas de chateo. Si bien parece que se vencen algunas limitaciones que se sugerían en su aparición (Fratlicelli, 2003), generan quejas crecientes –en otras plataformas y entre sus usuarios– tanto a nivel interindividual como grupal. Se cuestiona la extensión que debe tener un mensaje de ese tipo y, aunque no se lo mencione explícitamente, se evidencia la imposibilidad de saltar sobre el mensaje sin el riesgo de perder su sentido. La impaciencia tiene un soporte material en la mediatización del sonido y su audición.

La aceleración del audio en WhatsApp, y los efectos metadiscursivos que genera, muestra la mitificación que rodea a estas mediatizaciones.³ Por un lado, la aceleración no resuelve la falta de *diagonalidad* de recepción, solo atenúa algo el efecto de duración mientras pone en evidencias los límites de la manipulación de esa materialidad. El metadiscurso, por su parte, solo relaciona la propuesta con grandes formulaciones macro sobre la economía de las plataformas (Campos, 2021). Por último, no se deben confundir las complejidades de la vida grupal, mediatizada o no, con los fastidios que produce la inserción de un audio en WhatsApp en una conversación grupal. La vida grupal tiene particularidad y conflictos, de magnitud diferente a las de sus diversas mediatizaciones (Fernández, 2018).

En el plano de las mediatizaciones más generales, se producen y se proponen transformaciones, en parte contradictorias, que no se registran como tales. Al futuro del sonido/audio se lo ve como renovado por el retorno vigorizado del *audiolibro* y por la expansión del *podcasting*, una de las mediatizaciones que produce más efecto de esperanza de transformación en las plataformas. Debería prestarse atención a esos efectos de novedad.

Por su parte, resulta necesario revisar una vez más el libro como mediatización. Es, tal vez, la más mitificada, especialmente a partir del desarrollo de los medios masivos de comunicación. Se trata de una mediatización de nivel de extensión masiva producida por emisores individualizables hacia audiencias indeterminadas. No alteran su insistente jerarquía sociocultural, ni que su sistema de intercambio sea parecido al de

³ Se utiliza el concepto de *lo mítico* en el sentido en que lo aplica Claude Lévi-Strauss (1975) como uno de los modos de *pensamiento* que, junto con el *estético* y el *científico*, conviven en nuestra cultura. Lo mítico consiste en saturar de sentido toda la vida sociocultural para impedir la presencia de vacíos culturales frente a la naturaleza.

otros medios masivos ni que haya sido el primer producto discursivo totalmente industrial. Por supuesto que la fuerza del libro está en lo genérico-estilístico y en sus usos: literaturas, ciencias y disciplinas del poder lo tienen como medio preferido. Pero también están presentes las literaturas no prestigiosas y la difusión de información de muy diverso tipo y para muy diferentes públicos.

A partir de lo anterior, no debería considerarse al libro como medio: hay instituciones demasiado diversas que los producen y emiten y es el soporte de distintos intercambios discursivos. Cada mediatización requiere que se articule ese tipo de dispositivo técnico con diferentes cruces genérico-estilísticos y, por lo tanto, usos, es decir, recién ahí deben considerarse como mediatizaciones. Hay libros de todos los tipos discursivos y de todos los géneros adaptables a la tipografía. Más aún, hay innumerables libros que tienen más imágenes que letras impresas. Es decir, no hay nada que obligue, salvo en algún aspecto parcialmente industrial, a equiparar un libro sobre Biología con una novela o con un libro infantil sin entrar necesariamente en diferenciaciones y jerarquías estilísticas, y, por supuesto, sin pretender incidir en las denominaciones que genera la sociedad.

En principio, los audiolibros son libros leídos, y si fueran especialmente creados para lo sonoro, se confundirían con un *podcast*, aunque sea de un tipo especialmente monótono, de pura verbalización sin inserciones musicales, por ejemplo.

De todos modos, aun cuando sean libros leídos, se trata de mediatizaciones particulares. Al reflexionar sobre los rasgos de dispositivo técnico de esos casos, descubrimos cuáles son las fuerzas de lo que Marshall McLuhan (1985) denominó “Galaxia Gutenberg”: lo tipográfico, el efecto de regularidad industrial de la letra, que no excluye el diseño, y la gráfica, la construcción de espacios estables, pero que le permiten al lector leer de atrás hacia adelante y *en diagonal*, confiando en el basamento organizado y fijo del espacio en dos dimensiones.

Para reproducir el efecto ordenador de lo tipográfico, una voz que lee un libro debería ser una voz con educación locutora y sin demasiados matices. Cualquier acentuación o dramatización derivaría hacia el teatro leído y grabado. ¿Hay algún problema con ello? De ninguna manera, pero es interesante tener presente las operaciones puestas en juego. En el origen del audiolibro estaba la propuesta de que fueran los autores los que leyeran sus libros (figura 3). En ese caso, no podría objetarse la expresividad del locutor, pero se debería luchar con la imagen de voz que previamente sus lectores habían construido del autor en sus libros impresos.



Figura 3. Las voces de los autores. Las portadas, como novedad, comienzan a parecerse a los vinilos musicales. (Fuentes: Iberlibro (2022) y La Raíz (2017), respectivamente).

Con respecto a lo gráfico, el audiolibro impide la lectura en diagonal. Por supuesto que se puede adelantar y retroceder en la escucha, pero no hay manera de saber qué queda afuera en cada salteo. Para evitar esa limitación, el audiolibro debería estar acompañado por una guía visual que no interfiera con la escucha, pero que le genere pasos previsibles.

Por último, están los problemas vinculados con la movilidad. Néstor García Canclini (2001), un explorador constante de las novedades culturales y de sus ambigüedades y repeticiones, comienza así uno de los libros clave que introdujeron al momento *plataformas* de la vida mediática: “Estás conduciendo el coche escuchando un audiolibro y te interrumpe una llamada del móvil” (p. 13). ¿Qué tipo de libro podría adaptarse a esa tensión entre conducir un auto y atender una llamada telefónica sin perder el hilo? No debería ser de un formato estructurado que obligue, luego de cada distracción por el tráfico o por las llamadas, a volver a recuperar el hilo preestablecido por el autor o el editor. ¿Tal vez breves poesías? ¿Cuentos cortos? ¿Géneros no ficcionales y, en este caso, arriesgar otra vez a convertirse en *podcast*? Por supuesto, estas advertencias no tendrían importancia si García Canclini tuviera chofer o, simplemente, fuera trasladado en un transporte cómodo. Tal vez sea imposible para los académicos hablar de libros sin *imaginarizar* una escucha/lectura ordenada y en la quietud.

Si el audiolibro es un renacimiento más o menos reconocido como tal por el metadiscurso especializado, no existen dudas de que el *podcasting* debe ser considerado el gran acontecimiento renovador, desde las mediatizaciones del sonido/audio hacia el

conjunto de las transformaciones que se manifiestan en el ecosistema mediático (Pérez de Pedro, 2010).

Toda mediatización nueva y de largo alcance desata prevenciones apocalípticas o esperanzas integradas, pero con el *podcasting* esa oposición parece no existir. No es que todo el universo productivo de las mediatizaciones esté volcado al *podcasting*, pero es uno de los fenómenos que generan interés, producción variada y monetización.

A pesar de su efecto de novedad, no recaen sobre el *podcasting* todas las prevenciones que sí se producen sobre cada mediatización que se pretende como nueva: se trata de una mediatización *buena*, tal vez por considerársela una continuación de la radio (Espada, 2017), una mediatización no atacada desde su reemplazo por la televisión.

Quizás, como una continuación de las primeras esperanzas de transmisión de saber por fuera de la escritura y desde la retórica (Astrada, 1933, p. 130), también se imaginan hasta clases, o materiales para ellas, a través de *podcasts* (Pareja Aparicio et al., 2019).

Por supuesto que es imposible representar un fenómeno de tal magnitud que está, además, en explosión de producción. Se considera que en 2020 ya había dos millones de *podcasts* alojados en diversas plataformas, incluidas las que, como Spotify, crecieron privilegiando lo musical (Winn, 2021).

Conviene tener en cuenta, entre otros, dos aspectos para avanzar en la comprensión de esa complejidad, que no parece que vaya a detenerse. Por un lado, la riqueza de posibles contenidos en producción y, por el otro, cómo lo visual no deja de hacerse presente en una mediatización que solo reivindica la riqueza del sonido editado.

Un recorrido por una publicación en el blog de Carlos Scolari (2021) muestra trabajos de alumnos que aprovechan todas las posibilidades de formatos que permite el *podcasting*, aunque en general se prefiere el formato de *mosaico en línea*. Se articulan diversos temas –académicos o sociales– sin que sean necesarios complejos estudios técnicos. Entrevistas, narraciones y músicas conviven, se montan en secuencia o se superponen. Además, los *podcasts* son presentados en diversas plataformas, no todas de origen musical.

En la figura 4 se expone un caso, más profesional y ambicioso, en formato estructurado alrededor de un relato, que propone una continuidad de episodios en ambos modos que van desde el folletín a la telenovela, pasando por el radioteatro, y con fecha de publicación. Es una propuesta *broadcaster*, más allá de las diversas interacciones que

permitan la presentación en muy diversas plataformas, que escapa a la especialización en *podcasting* de IVOOX.⁴ Asimismo, la riqueza de la imagen que acompaña recuerda al metadiscurso *afichístico* del cinematógrafo.



Figura 4. El *podcasting*: multiplataformas y transmediatización. (Fuente: captura de pantalla de <https://twitter.com/LeyendasPodcast/status/1564384873212788736>).

Otro caso interesante es el del *podcast* de Luis Miguel Pedrero (figura 5), un gran conocedor de las mediatizaciones del sonido y estudioso y propulsor del *podcasting*. La página presenta un capítulo dentro de una serie de *podcasts* dedicada a mediatizaciones

⁴ Todavía se considera a IVOOX como la plataforma de *streaming* más especializada en *podcasting*, pero las grandes plataformas dedicadas originalmente a lo musical, como Spotify y SoundCloud, están creciendo. Por otra parte, está en discusión la *unidad de medida* para construir estadísticas del *podcasting*. ¿Los dos millones que se cuentan como alojados incluye la cantidad de episodios que extiende cada *podcast* original?

del sonido. Más allá de que, desde el punto de vista gráfico, falta información y atención al diseño visual de la interfaz, esa dimensión aparece, en los detalles circudados, de dos maneras: en la necesidad de organizar visual y escrituralmente la secuencia y en la oferta de la versión para leer el episodio. Es decir que, aun en un núcleo enfocado exclusivamente en el sonido/audio, la necesidad del soporte de otros sistemas de intercambio discursivo, con otras materialidades y otras tradiciones de recepción, se sostiene en un primer plano.

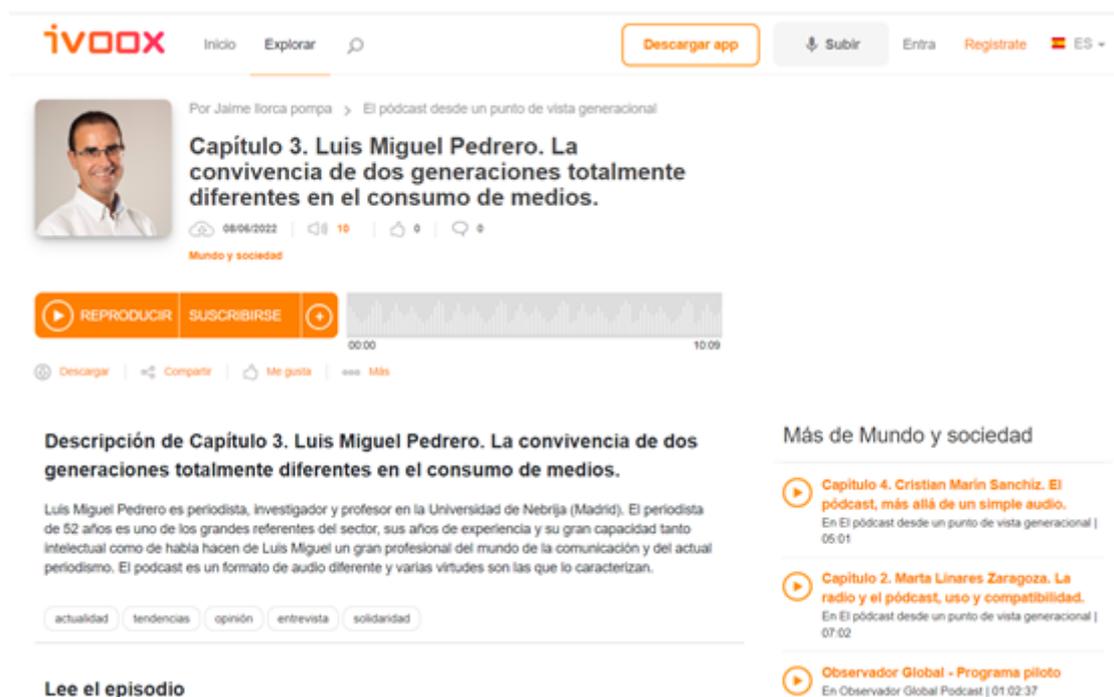


Figura 5. Una mediatización que se prepara para lo transmedia. (Fuente: captura de pantalla de https://www.ivoox.com/capitulo-3-luis-miguel-pedrero-la-convivencia-de-audios-mp3_rf_88220953_1.html).

Desde esta mirada de sobrevuelo, la respuesta acerca de si este momento de las mediatizaciones de sonido/audio se constituye como articulado en un sistema solo puede ser negativa. No hay relaciones entre, en un extremo, la cotidianeidad de los mandos de voz y, en el otro, los esfuerzos de masividad del *podcasting*. Esto vale aun en la posibilidad de una diversidad articulada: el aumento de ofertas de sonido/audio parece responder a la relación entre nuevas propuestas tecnológicas y la proliferación de la mediatización de la vida cotidiana.

Para las mediatizaciones de largo aliento, como las que pueden encuadrarse dentro de los audiolibros y del *podcasting*, no se registran adaptaciones explícitas a diversas movilidades. Se privilegian las recepciones en movilidades pasivas o, más

cómodamente, posiciones estacionarias. La extensión y, más aún, la estructuración obligan a escuchas atentas, no habituales en las mediatizaciones de sonido previas.

La presencia en el *podcasting* de formatos en mosaico compuesto por cápsulas articuladas puede ser un camino de relación con movilidades activas, en las que se puede aplicar una escucha más o menos distraída o aleatoria. No hay dudas de que, en poco tiempo, y si continúa el interés puesto en las mediatizaciones, las capacidades de relación entre el formato mosaico y la movilidad activa encontrarán nuevas propuestas creativas.

La presencia de lo visual, inevitable en todo tipo de *plataformización*, abre la puerta a la aplicación progresiva de mecanismos –como los de índices de contenidos– que enlacen a diversos momentos de la oferta grabada. Sería un modo de articular diferentes recorridos de escucha. El ecosistema transmedia parece poco proclive a la defensa de alguna materialidad, como la del puro sonido o la pura imagen: hibridaciones y convergencias parecen un camino a explorar. Y es un rasgo de plasticidad de la época.

Conclusiones

El momento actual de las mediatizaciones muestra diversas propuestas, más o menos consolidadas, basadas –pero no construidas exclusivamente– sobre materialidades de sonido/audio. Se trata de una sofisticación y un reconocimiento de alternativas materiales de mediatización, pero sin abandonar el rasgo transmedia de la plataformización.

No puede descartarse que mediatizaciones como las del *podcasting* y del audiolibro crezcan en sus producciones y sus usos. No es el trabajo del investigador promover o descartar alternativas discursivas que tienen como soporte tanto trabajo profesional como respaldo económico. La sociedad decide el destino de las propuestas que recibe, más allá de las fundamentaciones e inversiones que las difunden.

Desde lo académico, se puede aportar a las transformaciones de la época sin generar efectos de conservadurismo o de distracción. Sí puede ser útil la aplicación de experiencias previas del tema del que se trate, especialmente si han sido poco recuperadas.

De todos modos, no es desde una sola disciplina que se va a avanzar en el conocimiento de las posibilidades y límites de cualquier mediatización.

En el caso de la relación de las órdenes de voz y la internet de las cosas, y en el de los mensajes de audio en las aplicaciones de mensajería, el saber semiótico sobre sus

construcciones e implicancias no puede estar separado de los aportes sociológicos y etnográficos.

Tanto para la expansión del audiolibro como del *podcasting*, vista desde el punto de vista de los formatos, se pueden recorrer dos caminos estructuralmente diferentes, pero que pueden tener vidas paralelas:

- el formato estructurado *macro*, basado en extensos relatos ficcionales o de cobertura de fenómenos culturales, políticos o naturales, o argumentaciones que obliguen a una escucha atenta y en posiciones de quietud o movilidad pasiva, o
- el formato *mosaico*, compuesto por la articulación de diversas cápsulas, de géneros microdiversos, que no obliguen a un efecto de sentido general y que, por lo tanto, permitan una escucha apropiada para las situaciones de movilidad activa.

En el primer caso, se requiere una gran transformación mediático-cultural que reemplace costumbres de la recepción más o menos estacionadas, ligadas a lo tipográfico y a lo audiovisual. En el segundo, se debe reflexionar sobre la competencia entre mosaicos en vivo y mosaicos grabados. Los primeros, asociados a la recepción informativa en movilidad; los segundos, con la necesidad de referenciarse en lo ya producido y emitido.

En ambos casos, podrían incorporarse modos visuales de indicialización de los contenidos que faciliten el recorrido por la escucha lineal, nunca diagonal, del texto sonoro, sin apostar a la paciencia de los receptores, lo que requeriría otra transformación mediático-cultural de envergadura.

Referencias

- Andacht, F. y Abdala, K. (2018). Signos de identidad en las cocinas de la telerrealidad: un análisis semiótico de dos formatos televisivos. En *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, (19), 19-39.
- Arnheim, R. ([1933] 1980). *Estética radiofónica*. Gustavo Gili.
- Ashton, K. (2009). *RFiD Journal. Expert Views*. <https://www.rfidjournal.com/that-internet-of-things-thing>.
- Astrada, C. (1933). *El juego existencial*. Babel.
- Barthes, R. ([1970] 1982). *La antigua retórica*. Ediciones Buenos Aires.
- Barthes, R. (1991). Introducción al análisis estructural del relato. En Barthes, R., Greimas, A. J., Eco, U., Gritti, J., Morin, V. Metz, C., Genette, G., Todorov, T. y Bremond, C., *Análisis estructural del relato* (8ª ed., pp. 7-38). Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Berman, M. (2018). *La construcción de un género radiofónico: el radioteatro*. Eudeba.
- Calabrese, O. (1987). *La era neobarroca*. Cátedra.
- Campos, D. (2021). ¿Acelerar los audios de WhatsApp es realmente un beneficio? *Redacción. Periodismo humano*. <https://www.redaccion.com.ar/acelerar-audios-de-whatsapp/#:~:text=A%20fines%20de%20mayo%20de,la%20mitad%20del%20tiempo%20real>.
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Hachette.
- Enzensberger, H. M. (1984). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Anagrama.
- Espada, A. (2017). Podcast, el mundo de la radio on demand. Otra manera de hacer radio pensada para el oyente multiplataforma. *Revista Fibra*, (26). <http://papel.revistafibra.info/podcast-mundo-la-radio-on-demand/>.
- Fernández, J. L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Líber Editores. https://www.academia.edu/17810887/La_captura_de_la_audiencia_radiof%C3%B3nica.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. La Crujía.
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. La Crujía.
- Fratricelli, D. (2003). Nuevos chats en la red. En Del Villar, R. y Scolari, C. (Coords.),

- deSignis* (pp. 107-116). C. FELS-Gedisa.
- García Canclini, N. ([1990] 2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
- González Conde, J. (2002). El diseño del guión radiofónico para programas informativos. En Martínez-Costa, M. P. (Coord.), *Información radiofónica* (pp. 121-162). Ariel.
- Hamon, P. (1994). *Introducción al análisis de lo descriptivo*. Edicial.
- Iberlibro (2022). Cortázar por él mismo (audio CD) libro sonoro. *Iberlibro*.
<https://www.iberlibro.com/9789872019600/Cortazar-mismo-audio-libro-sonoro-9872019606/plp>.
- Igarza, R. (2009). Movilidad y consumo de contenidos. En *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural* (pp. 121-160). La Crujía.
- Jansson, A. (2018). *Mediatization and Mobile Lives. A Critical Approach*. Routledge.
- Joseph, I. (1999). *Erving Goffman y la microsociología*. Gedisa.
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radios y medios sociales*. Editorial UOC.
- La Raíz. [@bandalaraiz] (2017). [Cuenta de Instagram]. *Instagram*.
www.https://Instagram.com/bandalaraiz.
- Lévi-Strauss, C. ([1962] 1975). *El pensamiento salvaje*. Fondo de Cultura Económica.
- López, T. (5 de octubre de 2022). La historia del radio en el automóvil. *Radionotas*.
<https://radionotas.com/2022/05/10/la-historia-de-la-radio-en-el-automovil/>.
- López-Cano, R. (2018). *Música dispersa*. Musikeon Books.
- McLuhan, M. ([1962] 1985). *La galaxia Gutenberg. Génesis del "Homo typographicus"*. Planeta-Agostini.
- Moles, A. ([1967] 1978). *Sociodinámica de la cultura*. Paidós.
- Morley, D. (2017). *Communications and Mobility. The Migrant, the Mobile Phone, and the Container Box*. John Wiley & Sons.
- Pareja Aparicio, M., Terol Bolinches, R. y Alonso López, N. (2019). *La utilización del podcast como herramienta pedagógica. Caso de estudio de la asignatura Teoría y Ecología de los Medios Audiovisuales*. En IN-RED 2019: V Congreso de Innovación Educativa y Docencia en Red. Universitat Politècnica de València.
<http://ocs.editorial.upv.es/index.php/INRED/INRED2019/paper/view/10366>.
- Pérez de Pedro, J. (Coord.). (2010). *Podcasting, tú tienes la palabra*. Asociación Podcast. <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/556/1/Podcasting-tu-tienes-la-palabra.pdf>.

- Samaja, J. (2016). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación*. Eudeba.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa.
- Scolari, C. (2020). *Cultura snack*. La Marca Editora.
- Scolari, C. (2021). *¿Una nueva edad de oro de la comunicación oral? Podcasts, audiolibros y otras especies sonoras*. Hipermediaciones.
<https://hipermediaciones.com/2021/02/14/una-nueva-edad-de-oro/>.
- Scolari, C. (2022). *Las leyes de la Interfaz. Diseño. Ecología. Evolución. Tecnología* (2ª ed.). Gedisa.
- Scolari, C. y Logan, R. (2014). El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático. *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, (11), 67-82.
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Crítica.
- Soto, M. (2014). *La puesta en escena de todos los días: prácticas estéticas de la vida cotidiana*. Eudeba.
- Steimberg, O. (1988). *La recepción del género: Una investigación sobre los juicios de calidad acerca de los medios*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de La Matanza.
- Steimberg, O. (2013). *Semióticas: las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Eterna Cadencia Editora.
- Timetoast. (s.f.). *Evolución y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*. <https://www.timetoast.com/timelines/evolucion-y-desarrollo-de-las-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion>.
- Thimm, C., Anastasiadis, M. y Einspänner-Pflock, J. (Eds.). (2018). *Media Logic(s) Revisited*. Palgrave Macmillan - Springer Nature.
- Todorov, T. (1983). Los dos principios del relato. En *Los géneros del discurso* (pp. 67-82). Paidós.
- Traversa, O. (1994). Mixtopías: las utopías de las sociedades mediáticas. En Fortunati, V., Steimberg, O. y Volta, L. (Comps.), *Utopías* (pp. 65-75). Corregidor.
- Traversa, O. (2014). *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Santiago Arcos Editor.
- Verón, E. (1985). L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse. En *Les médias, Expériences*,

recherches actuelles, applications (pp. 203-230). Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires.

Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Gedisa.

Verón, E. (1995). La mediatización. En *Cursos y conferencias* (4). Oficina de publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires.

Wallach, J. (2003). The Poetics of Electrosonic Presence: Recorded Music and the Materiality of Sound. *Journal of Popular Music Studies*, 15(1), 34-64.

Winn, R. (2021). *2021 Podcast Stats & Facts (Nueva investigación a partir de abril de 2021)*. Podcast insights. <https://www.podcastinsights.com/es/podcast-statistics/>.