



**Revista Brasileira de Música e Mídia**

Brazilian Journal of Music and Media Studies

ISSN 2675-3944

## **Plataformas musicales: Contribuciones sociosemióticas**

*Music platforms. Socio-semiotic contributions*

**José Luis Fernández**

Universidade de Buenos Aires (UBA)

unjlfmas@gmail.com

## **RESUMEN**

En este artículo se presentan herramientas metodológicas para el análisis de las vidas musicales en plataformas, entendidas como una parte de los circuitos de la música popular en la actualidad. El enfoque elegido es el de la sociosemiótica de las mediatizaciones. Se lo propone como un aporte necesario en la mesa de interdisciplina necesaria para el estudio del fenómeno de la mediatización musical en su conjunto. En primer lugar, se brindan definiciones ordenadoras del campo. Luego, se describe el lugar de las plataformas y sus interfaces en los diversos circuitos musicales, explorando casos de diversas plataformas. Sobre ellas se propone aplicar un modelo metodológico, descripto en sus aspectos generales, sin entrar las operaciones finas de análisis. Finalmente, se proponen relaciones con otras instancias de investigación sobre el tema.

## **PALAVRAS CLAVE**

Metodologías, sociosemiótica, plataformas, circuitos, músicas

## **ABSTRACT**

In this article will be presented methodology to analyze musical phenomena on platforms, understanding them as a part of popular music circuits today. The approach chosen is that of the sociosemiotics of the mediatizations. It is proposed as a necessary contribution to the interdisciplinary table necessary for the study of the phenomenon of musical mediatization as a whole. First, ordering definitions of the field are presented. Then, the place of the platforms and their interfaces in the various musical circuits is explored through cases of various platforms. On them, a methodological model is applied to describe it in general aspects, without entering the fine operations of analysis. Finally, relationships with other research instances on the subject are proposed.

## **KEYWORDS:**

Methodologies, sociosemiotics, platforms, circuits, music

## Introducción. Un fenómeno multidimensional

Este artículo se diseñó desde un enfoque *micro* sobre plataformas musicales, como una contribución a la comprensión de ecosistemas mediáticos musicales que son considerados, en términos generales de escala entre meso y macro. El enfoque metodológico sociosemiótico es específico, pero no se lo debe entender como una instancia que agota la problemática de circuitos en los que estamos incluidos y que investigamos.

La noción de *círculo* excede al universo de lo musical. Muy diversos fenómenos socioculturales, como lo político, lo afectivo y lo comercial, están contruidos como una tensión entre diversas circulaciones y convivencias entre plataformas y presencias cara a cara y territoriales. El caso de lo musical es, al mismo tiempo, buena representación sobre el fenómeno, pero, como siempre, espacio de vanguardia de las transformaciones de la época (Braga, 2012; Rocha Alonso, 2016; Videla, 2019; Fernández 2021b).

El postulado de base que organiza el conjunto de las relaciones entre este enfoque y aquellos con los que convive es que, sin él no puede comprenderse lo que está ocurriendo en el cambiante universo de las vidas de lo musical, pero que con ello sólo no alcanza.

Lo musical es un campo de lo sociocultural en el que no hay dudas de que la presencia de las plataformas de streaming está instalado como un conjunto indiscutible de contextos de circulación, pero también de producción parcial o totalmente colaborativa, con relaciones con las performances en vivo y lo territorial.

La *maduración* de las vidas musicales y sus mediatizaciones, van señalando algunos matices de importancia sobre el espacio que ocupan las muy diversas plataformas en el ecosistema de lo musical:

- YouTube sigue siendo, a pesar de su no especialización, la plataforma en la que se distribuye más música, con o sin videos acompañantes (Koldobsky 2013; Lapuente 2013);
- Las plataformas que eran especializadas van incorporando otras ofertas de sonido, como el podcasting, que compiten con lo musical entre sus usuarios;
- En los *circuitos* de producción y circulación musical, las plataformas —especializadas o no, exclusivas o no de algún músico o grupo musical—son una instancia del circuito, no siempre la originaria, a veces intermediaria o a veces como punto terminal del circuito para abrir las diversas formas de consumo y disfrute (Rodríguez-Amat 2020).

Aquí se revisarán, en primer lugar, algunas definiciones necesarias para ordenar el campo desde la sociosemiótica. Luego describiremos el lugar específico de las plataformas en ese ecosistema y en esos circuitos desde un punto de vista semiótico. A continuación, situaremos los aportes de la semiótica en el estudio de la instancia platáformica de lo musical. Finalmente, propondremos relaciones de ese tipo de análisis con el conjunto de estudios sobre las vidas de lo musical.

### **Definiciones dentro de lo mediático-musical**

El término *plataforma* tiene un uso extendido, tanto en el discurso técnico-profesional, como en el de la vida cotidiana. Es decir que funciona de una manera equivalente a cuando se habla de *medios*, o de lo *digital*, o de *redes sociales*. Se lo utiliza tanto para denominar a los smartphones como a diversas interfaces, sistemas de hardware o software o, también, a fenómenos como Facebook y Twitter como si, por otra parte, fueran naturalmente comparables o fácilmente diferenciables.

El enfoque que se propone para el estudio de los discursos en plataformas es el de la *sociosemiótica de las mediatizaciones*. Desde ese marco teórico, una *mediatización* es cualquier sistema de intercambio total o parcialmente discursivo que se practique en la vida social y que se realice mediante la presencia de *dispositivos técnicos* que permiten la modelización espacial, temporal o espacio-temporal del intercambio (directo, grabado, presencia o no del cuerpo, indicialidad, iconicidad o simbolicidad, posibilidades, pero también restricciones en esos campos).

Dentro del complejo universo que converge bajo el paraguas denominativo de lo semiótico, en el estudio de las mediatizaciones la unidad de análisis propuesta es la de los *sistemas de intercambio discursivo mediático en plataformas* y a algunos de sus múltiples niveles y usos (Fernández 2021a).

En ese sentido, una mediatización siempre se opone a los intercambios *cara a cara*, y con ello alcanza para una primera discriminación operativa dentro de los circuitos de lo musical, en lo que intervienen diversas modalidades cara a cara y mediatizados. Un circuito musical es un complejo entramado y juego de posibles secuencias entre mediatizaciones y *performances* cara a cara.

En la sociosemiótica de las mediatizaciones, para que una mediatización sea considerada como una parte relativamente estable de la vida social y cultural, debe estar constituida por al menos tres niveles de fenómenos o series de vida relativamente independiente entre sí:

- La serie de los ya mencionados *dispositivos técnicos* que tienen dinámicas de desenvolvimiento y desarrollo propias vinculadas, por ejemplo, a momentos sociales más o menos *inversionistas* o, en otro nivel, más o menos *naturalistas*.
- La presencia habitual en esos intercambios de *géneros y estilos* discursivos más o menos populares o masivos (no conviene en este nivel introducir el fenómeno de los *lenguajes*, porque, así como sabemos ahora que hay más de un lenguaje radiofónico o televisivo, también notamos que en las nuevas mediatizaciones se presentan tanto hibridaciones, como esfuerzos teóricos, para construir categorías *metadiscursivas* de base metafísica).
- La tercera serie en la vida de una mediatización que se debe entender es la de sus usos sociales (información, entretenimiento, educación, competencia, lucha política, interindividualidad). La comprensión de sus usos sociales debe incluir la presencia de *usos desviantes* como, por ejemplo, el del *arte pop*, que utilizó las mediatizaciones masivas como fuente de creación artística, pero exponiendo que se trataba de fenómenos publicitarios o culturales dentro de los medios masivos.

Como se ve, tanto las definiciones de mediatizaciones como la de dispositivos técnicos, si bien tienen en cuenta la dimensión material de los intercambios discursivos, intentan escapar de la pura materialidad *concreta* para enfocar lo relacional y lo diferencial y, de ese modo, la noción de dispositivo técnico queda inscrita en una intersección entre aspectos tecnológicos y aspectos semióticos.

Ese modo de entender lo material, teniendo en cuenta lo tecnológico pero enfocado en los efectos de producción de sentido, se relaciona con algunas conclusiones laterales:

- Una mediatización nunca es solamente sus dispositivos técnicos, aunque al no tenerlos en cuenta perdemos buena parte de nuestra capacidad descriptiva.
- Una mediatización difícilmente pueda sostenerse en un solo dispositivo técnico; el teléfono fijo, aparentemente muy sencillo, está constituido al menos por tres dispositivos técnicos: el de *captura y conversión del sonido en señal eléctrica y el proceso inverso* (una de las formas de la *acusmatización* presente tanto producción como en recepción); el de la *telefonía*, capaz de enviar señal a distancia (son *soportes telefónicos*, en este caso, tanto el *aire*, como el *cable*, aunque sean ontológicamente diferentes), y el de la *amplificación*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Michel Chion (1999) describe en la mediatización del sonido siete *efectos técnicos básicos*: captación, telefonía, acusmatización sistemática, amplificación/desamplificación, fonofijación (grabación o producción fijada), fonogeneración, remodelado.

- Una plataforma mediática está compuesta por diversas mediatizaciones integradas cada una, a su vez, en uno de sus niveles por diversos dispositivos técnicos.

Denominamos *plataformas mediáticas* a complejos sistemas *multimodality* de intercambios discursivos mediatizados que permiten la interacción, o al menos la copresencia, entre diversos sistemas de intercambio discursivo mediático (*cross, inter, multi* o *transmedia*; sociales o interindividuales, en networking o en broadcasting, espectatoriales o interaccionales).

Las plataformas son mal denominadas como *redes sociales* cuando éstas son, en realidad, los sistemas de relaciones que, en buena parte, dejan marcas en las pantallas de las plataformas. Las pantallas de las plataformas son las *interfaces* que nos permiten comprender, aunque más no sea parcialmente, las diversas situaciones en las redes mediáticas (Fernández 2021a; Scolari 2022).

La diferenciación entre *redes sociales* y *redes sociales mediáticas* es muy importante para no atribuir a un tipo de red lo que es propio de otra o de cualquier tipo de red.

Como ejemplo del funcionamiento de diferentes redes mediáticas y no mediáticas, en el caso de la música popular argentina, pueden leerse los artículos de Jimena Jáuregui (2013) sobre Carlos Gardel y los medios y el de Julius Reder Carlson (2013) sobre la aparición y éxito de Don Andrés Chazarreta como cultor de la *música folklórica* en la ciudad. Ambos son fenómenos platafórmicos, en redes y con diversos circuitos de performances en vivo y/o mediáticas. Mientras el caso de Gardel es un típico caso del recorrido en broadcasting (*Mi noche triste*, el primer *tango canción*, estuvo desde un principio en radio, fonógrafo y cine), el caso del denominado *folklore* según Andrés Chazarreta tuvo un recorrido previo extendido en la *red de salas de las líneas ferroviarias*. Dos funcionamientos diferenciados, pero en redes, con resultados finales similares (músicas que insertan su importancia en la vida urbana desde fuera de ella). Lo reticular y circulatorio en lo social muestra, por lo tanto, recorridos muy diversos, mientras genera *productos musicales* con fuerte efecto de *formato* (Valente 1999).

Por último, en las diferentes mediatizaciones --y, entre otros aspectos, para enfrentar la cuestión del *contacto*, tan importante para comprender los intercambios en las nuevas plataformas mediáticas—hemos descrito dos prácticas de intercambios muy diferentes, tanto dentro de la comunicación masiva, como dentro de las plataformas mediáticas (Fernández, 2021):

- la *espectatorial*, en la que los receptores tienen un lugar relativamente fijo frente al aparato o soporte por el que les llega la emisión de su mediatización elegida y/o aceptada, y
- la *interaccional*, sin duda propia de las nuevas mediatizaciones, pero presente desde hace muchas décadas en los medios de sonido y en la gráfica de vía pública, oscilante en la prensa

gráfica y con avances ahora en las mediatizaciones audiovisuales como las nuevas televisiones.

### Las plataformas en sus ecosistemas

Una vez acordadas ciertas definiciones básicas, el primer paso para comprender el funcionamiento de una plataforma mediática es situar en su *ecosistema mediático*.

En la introducción al volumen que compiló sobre *Ecología de los medios*, Carlos Scolari recupera dos conceptos que resultan útiles para el punto de vista elegido aquí. Por un lado, considera a la ecología de los medios dentro de las teorías de la comunicación y como parte de la “...gran conversación destinada a aclarar el significado de la palabra comunicación...” (Scolari 2015: 16). Además, incluye a la ecología dentro de las *teorías generalistas* que “...se proponen construir cuadros integradores o globales de todos los procesos que afectan al mundo de la comunicación...” (Scolari 2015: 17).

En esa línea que propone Scolari, para ordenar nuestro trabajo de investigación, utilizamos tres *distancias* de observación (Fernández, 2021a: 45-50):

- una perspectiva *macro* desde la que se describen objetos complejos y extensos como la *sociedad*, la *cultura* o el *sistema discursivo* con sus respectivos *elementos de conflictos claves*: clases sociales, estilos de vida o discursivos, acciones, géneros y modos y medios de comunicación;
- una perspectiva *meso*, más cercana al fenómeno social, en la que observamos *escenas de intercambio y conflicto*: relaciones productivas, situaciones de exposición o lectura de obras y de percepción de medios;
- y una tercera perspectiva *micro* en la que se enfocan *productos en sus procesos*: objetos industriales o artesanales, textos artísticos o mediáticos.

La perspectiva macro es equivalente a la generalista de Scolari. Cada plataforma mediática sería para nosotros, desde este punto de vista, como de nivel meso y, dentro de cada plataforma, describiremos, como micro, los diferentes intercambios discursivos a analizar. Es decir, diferenciamos niveles dentro de lo que Scolari denomina *teorías especializadas*.

Una perspectiva ecológica de las mediatizaciones nos debe permitir comprender cómo funcionan en sistema los diferentes fenómenos que constituyen a los circuitos musicales. Una parte

central de esa comprensión depende de cómo se consideran los desarrollos históricos previos de ese sistema.

De todos modos, lo ideal es que, ya en este nivel, al describir algún ecosistema específico, como el de la producción y/o distribución musical, pueda alcanzarse algún nivel de descripción diferenciadora.

<i>Período</i>	<i>Mediatización</i>	<i>e</i>	<i>f2f</i>	<i>Tiempo</i>
Pre-mediático	Amplificación instrumental y por escenario		Recitales / Conciertos Miscelánea	Hasta fines del siglo XIX
Broadcasting: 2 sub etapas	Audio + Gráfica Audiovisual soporte ( <i>The jazz singer</i> , 1927)		Recitales al aire libre, locales, auditorios de las radios	Hasta mediados de los '40
	Televisión/Show en vivo/ comedia musical en cine		Grandes recitales	Hasta fines de los '80
Networking	Broadcasting especializados; downloading, Redes		Rave, Acid house, recitales gigantes con multimedia	Acid, los 80 mp3 fuerte a partir del S. XXI, YouTube; , Last.fm: 2005
Post Broadcasting	Plataformas especializadas y no especializadas Radios <i>hiteras</i>		+Presentaciones callejeras/transportes Centros culturales	Siglo XXI

**Cuadro 1. Momentos de los ecosistemas de las vidas musicales**

El estudio de plataformas, y algunos de sus aspectos particulares, desde un punto de vista ecológico permite resolver problemas que a la sociosemiótica y a las ciencias de la significación les resultan dificultosos.

El sistema general de creación, producción, distribución y consumo musical ha sufrido cambios dramáticos desde la aparición de las mediatizaciones *modernas* (posteriores a la imprenta, y en aceleración en el pasaje del Siglo XIX al XX). Dentro de las transformaciones conviene ir diferenciando las que tienen que ver con el tratamiento de lo musical del sonido, de lo que tiene que ver con la

recepción de sus productos. Por eso, es preferible, desde un punto de vista general, hablar de fenómenos de sonido/audio y aclarar cuando se describen fenómenos de cada uno de los polos o de otros que los articulan.

Buena parte de esos cambios pueden describirse en términos de sus dispositivos técnicos, mediatizaciones y plataformas utilizadas. Pero siempre fue necesario tener en cuenta las presentaciones en vivo. Por ejemplo, el gran concierto de rock en vivo ha ido virando de casi una exclusiva performance cara a cara a un gran espectáculo multimediático.

Se puede hacer la historia del lugar que ocupa ese tipo de espectáculo musical respecto del conjunto del ecosistema musical. En el cuadro 1 se actualiza una vez más el listado de *momentos* de los circuitos musicales y sus mediatizaciones (Fernández 2013).

Casi en el otro extremo de las vidas de lo musical en la actualidad está como ejemplo el retorno de los *discos de vinilo*. Por supuesto que en ese *producto final* convergen diversas tecnologías (de captura del sonido, de grabación acústica o electrónica, presencia de uno o varios canales de sonido, diversas maneras de matrizado y fabricación en serie, diversas calidades de los materiales, pastas, vinilos, cintas magnetofónicas utilizadas o presencia de diversidad de *envases*), pero aquí nos referiremos al *sonido resultante* en tanto que accesible y capturable por un fantasmagórico *oyente promedio no entrenado* que, si bien inexistente, aquí nos servirá para exponer lo que nos interesa.

Sin pretender agotar un tema que continúa en desarrollo, la existencia de esas *presencias materiales sonoras* diferenciadas genera problemas teóricos y metodológicos particulares.

Para una semiótica que analiza las marcas en la superficie de los discursos, que son huellas de la producción de sentido (Verón, 1987), los trazos de mala calidad de sonido en los originales cilindros, o las frituras propias de los tradicionales discos de vinilos, no son *marcas productoras de sentido* en lo musical como discurso. Si bien seguramente son escuchadas, es difícil pensar una escucha musical que privilegie el ruido por sobre la música ejecutada y, mal o bien, grabada.

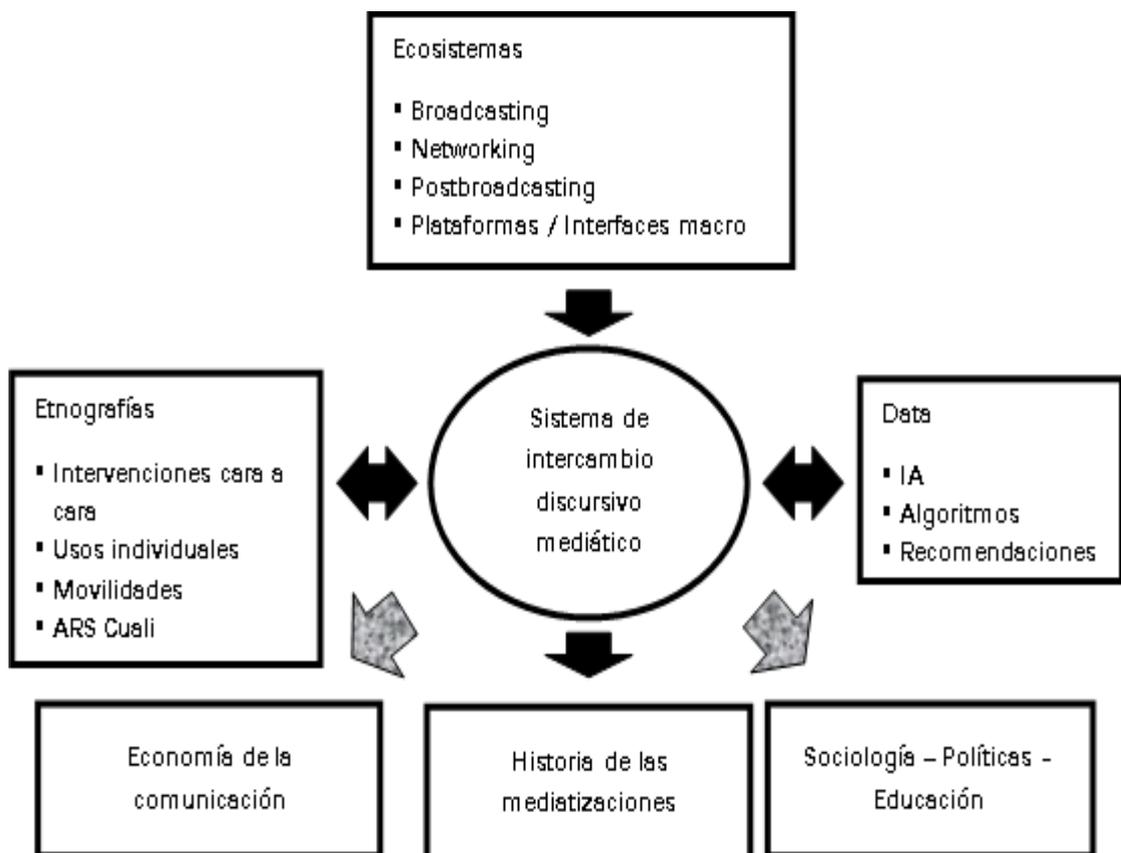
No ocurre lo mismo con las marcas de la *grabación estereofónica*, sobre las que, por otra parte, el oyente puede intervenir modificando los pesos de los canales: son marcas productoras de sentido dado que esas marcas, distinguibles por un oyente promedio, generan un producto musical imposible de ser repetido en vivo.

Esa posibilidad de diferenciar *sonidos presentes en el mismo objeto* se da porque diferenciamos *dispositivo técnico productor de sentido*, en este caso lo estereofónico, del simple *sopORTE* de mayor o menor calidad (el vinilo, el archivo mp3, los compact-discs). Además, es uno de los

aspectos que obligan a diferenciar progresivamente los fenómenos de sonido, de los fenómenos de audio.

Las discusiones que incluyen dispositivos y soportes permiten registrar que, desde el punto de vista de la semiótica, no se le encuentra un lugar al hecho de que *no es lo mismo un disco, un cd o un archivo de sonido*. Es decir, algo del conjunto del fenómeno social se le escapa a la sociosemiótica. La ecología de los medios, en cambio, puede contribuir a la construcción de nuevos modelos de sistemas.

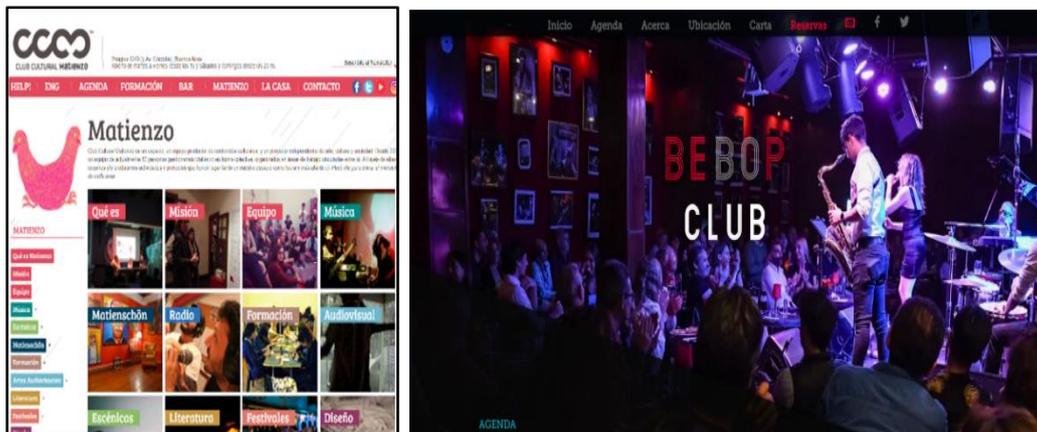
En el cuadro 1, propusimos relaciones entre mediatizaciones y performances cara cara, para los diversos géneros y estilos de la música popular. En el cuadro 2 se presentan las relaciones entre el



Cuadro 2. Los sistemas de intercambio y sus relaciones

estudio del o de los sistemas de intercambio discursivo, respecto de los saberes previos que se requieren, aquellos con los que se conviven y aquellos a los que se aporta, más allá de las incumbencias disciplinarias

En efecto, tal vez sea verdad, como dicen los tecnólogos, que los discos de vinilo en tanto tales no agregan ningún valor de sentido especial a los *sonidos presentes en los objetos*; es decir, que semióticamente son neutros. Pero no se podría negar que el *ecosistema de vida de la música grabada* sería el mismo si los *objetos musicales* fueran solamente archivos frente a la posibilidad de que vuelvan a la vida industrial los discos de vinilos y compact-disc.



Caso A. Webs de Centros culturales

En ese punto, semiótica y ecología de los medios se diferencian pero se complementan aprovechando el rasgo de esta última de no meterse con el *contenido* de las mediatizaciones: se pueden diferenciar las series productoras de sentido social en general de las series productoras de sentido discursivo en particular.

### La complejidad de las plataformas y su inserción en circuitos

¿Por qué es importante prestar atención a lo micro discursivo de las plataformas si lo que importa comprender son los circuitos de producción, distribución y recepción de lo musical?

En primer lugar, en los ejemplos que se presentan aquí, se registra que la presencia de plataformas o aplicaciones ocupan muy diversos lugares en los diferentes circuitos.

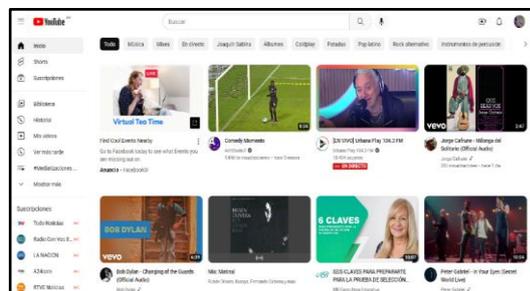
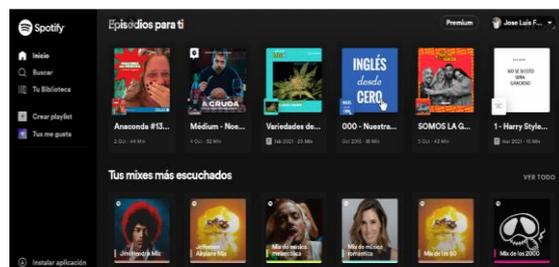
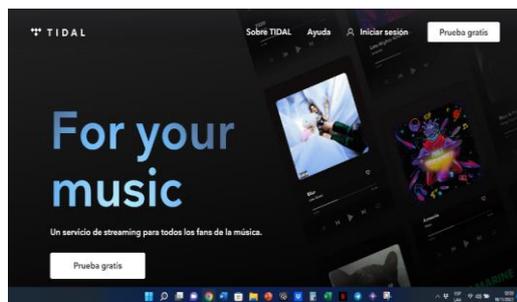
En el Caso A, las webs de dos centros culturales elegidos al azar entre los conocidos y con fuerte especialización musical, presentan evidentes diferencias comunicacionales. La del Matienzo, adecuada a la pantalla del smartphone, se organiza con una clásica organización en grilla, que permite presentar la variedad de contenidos. La del Bebop Club, especializada en el jazz, en cambio, aprovecha ese enfoque para ilustrar la propuesta artística central para comenzar el contacto.

La oferta de plataformas en streaming que privilegian o incluyen lo musical entre otras posibilidades de intercambio está en expansión. En el caso B, se presentan tres pantallas de inicio de plataformas que ya en una primera mirada parecen propuestas muy diferenciadas.

TIDAL está especializada en el Hi-Fi, que no es tan fácil de alcanzar con cualquier equipamiento. Su pantalla lleva directamente a la relación entre el usuario. Spotify y también YouTube proponen el diseño en grilla para acentuar la diversidad de contenidos.

En Spotify, que en principio ofrecía diversos géneros y estilos musicales, ahora se ha agregado la oferta de podcasts, un formato de sonido/audio que compite con lo musical y lo radiofónico, tan diferentes entre sí, y que presenta una oferta también internamente diversificada.

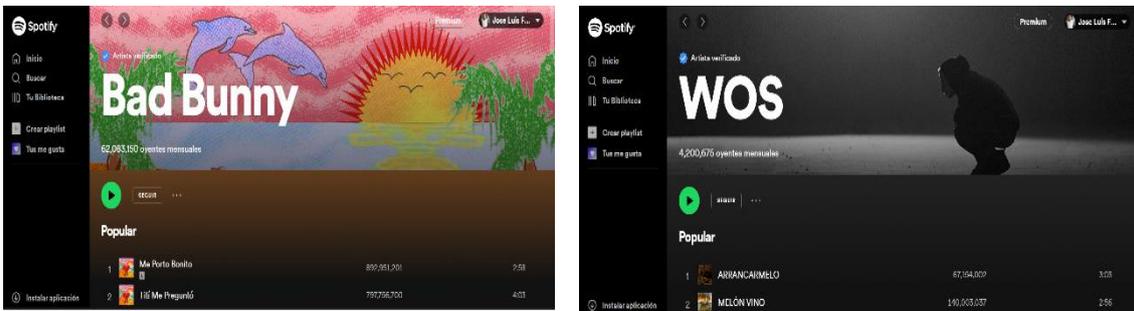
YouTube también apuesta por la grilla, pero sus contenidos exceden largamente a la diversidad musical, concentrando buena parte de la oferta audiovisual que circula en el ecosistema mediático: films, canales de TV en vivo, canales individuales o institucionales, eventos en vivo, tutoriales



### **Caso B. Diversidad de interfaces y contenidos en plataformas**

de los más diversos y la gigantesca presencia de lo musical, no siempre en videos, aunque frecuentemente con pobreza de imagen.

Sin pretender agotar la riqueza y complejidad de estas ofertas, en el Caso C, agregamos la diversidad de la presentación en *una* plataforma, Spotify, *una* de las presentaciones variables de dos músicos, muy diferentes entre sí, a pesar de pertenecer a un mismo campo musical y de esta época. ¿Es la luminosidad de Bad Bunny estilísticamente opuesta a la de Wos, o se trata sólo de una emergencia frente a la presentación de una obra o evento nuevos?



### Caso 1. Caso C. Variaciones en las presentaciones de músicos en plataformas

Cualquier participante de circuitos musicales, aunque sólo sea como espectador o *fan*, sabe que estos casos son sólo algunos de las muy diversas posibilidades de presencias, de propuestas y aun de tipos de plataformas. Pero también cualquiera de ellos reconocerá que estos ejemplos son, o muy cercanos, o muy frecuentes en sus vidas musicales. La apuesta es sofisticar el análisis sobre ellos, aplicando los enfoques y las herramientas de la sociosemiótica.

La complejidad, diversidad y extensión de los fenómenos que se deben analizar, aun restringiendo el análisis a las plataformas dentro de los circuitos musicales, obliga a determinar qué parte de toda la oferta mediática que interese para un proyecto de investigación es pertinente seleccionar. Es decir, la circunscripción del material que se va a observar: eso que, generalizadamente, denominamos corpus y que su problemática ha llamado la atención Eliseo Verón (Cingolani y Fernández, M., 2018).

El corpus debe ser:

- representativo de cada unidad de análisis y de los objetivos de estudio,
- recolectable y recorrible por el analista en el tiempo disponible para la investigación,
- debe estar siempre disponible para auditorías y consultas externas y
- es recomendable que sea seleccionado junto a otros integrantes del equipo de investigación y consultores externos al proyecto, no involucrados en sus urgencias.

Recién una vez seleccionado el corpus tiene sentido especificar el tipo de análisis que se aplicará sobre su *contenido*.

## Sociosemiótica de los sistemas de intercambio

El gran desafío del análisis discursivo es que, una vez recortada esa materialidad que se analizará, su complejidad material no oculte la complejidad constitutiva del sistema de intercambio discursivo del que forma parte. El objeto es el sistema; el corpus es una materialidad de pasaje, de la que no debe perderse su condición material.

Parece un gesto de soberbia presentar un modelo general para el estudio o el análisis de fenómenos sociales sobre los que, por otra parte, se insiste en sostener su complejidad. En el caso del análisis de los sistemas de intercambio discursivo mediático, se sostiene por la convicción de que nadie lo aplicará si no se convence de su utilidad y que, además, se entenderá cómo se relaciona esta propuesta con otros enfoques de investigación sobre las mediatizaciones. Es decir, es una propuesta para articular, y no para imponer.

El modelo está constituido por tres *fases* y cinco *momentos* de desarrollo temporal del trabajo, que se han justificado más en profundidad previamente (Fernández, 2021: 264-273). La organización del proceso de trabajo no tiene que completarse siempre, y su cumplimiento, total o parcial, depende de, al menos, dos condiciones:

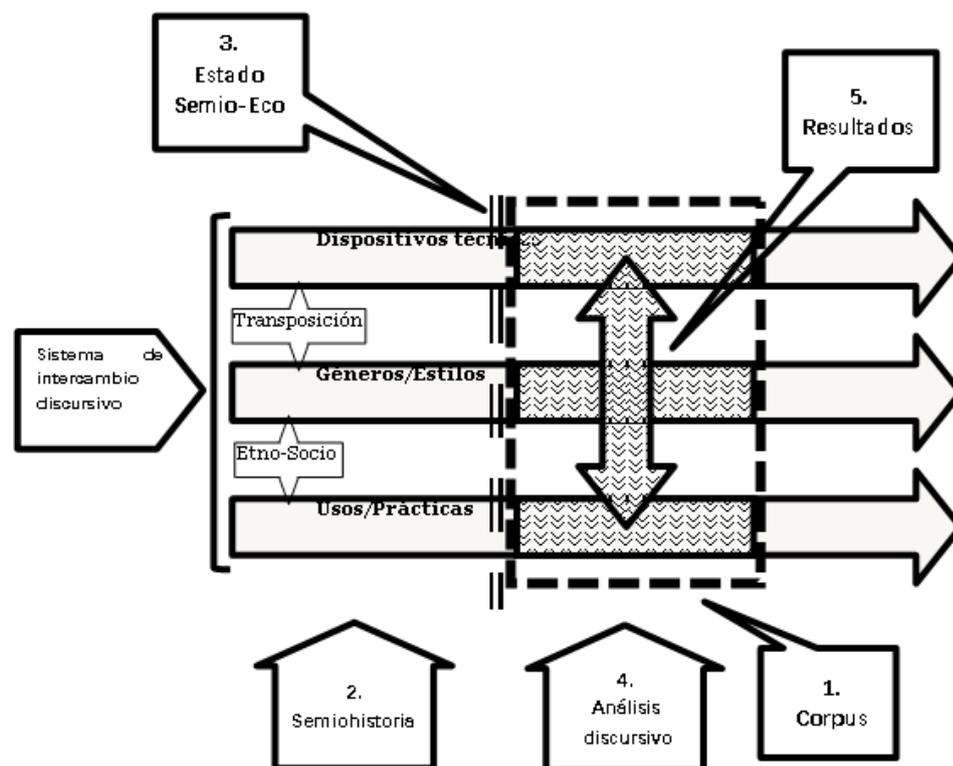
- el grado de conocimiento previo sobre el fenómeno a estudiar y
- las restricciones presupuestarias, de equipo disponible, o las obligaciones temporales para la entrega de resultados.

De cualquier manera, el modelo debería estar siempre presente para registrar los riesgos que se corren al no cumplir con cada fase o momento. Se ha formulado de diferentes maneras este modelo, según el campo de discusión o investigación en el que se ha aplicado, porque los modelos son organizaciones operativas del trabajo, y no envases inviolables y restrictores.

Las relaciones entre Momentos y Fases pueden presentarse así, según el Cuadro 3:

*Fase 1. Semiohistoria.* Es un enfoque metodológico que consiste en estudiar de modo independiente las, al menos, tres series que constituyen un sistema de intercambio discursivo mediático en sus recorridos previos al momento de estudio: la de los dispositivos técnicos, la de la conformación genérico-estilística de sus discursos y la de los usos y prácticas comunicacionales que el sistema de intercambio bajo estudio propone a quienes intervienen y las que efectivamente se realizan.

- *Momento 1. Selección y recolección del corpus.* No puede seleccionarse un corpus útil y representativo para los objetivos del análisis que se propone sin tener en cuenta el *contexto sociocultural* en el que se desenvuelven los intercambios y el *estado del arte* existente sobre el tema. Si ya se conocen estos planos, deberán ser sintetizados, de alguna manera más o menos exhaustiva, en el momento de decidir qué materiales se analizarán efectivamente y cuáles, lo que es muy importante, quedan afuera.
- *Momento 2. Análisis semiohistórico.* Ya seleccionado el corpus, a partir de marcas que se registren en sus materialidades, se deben reconstruir los recorridos previos de cada uno de los tres niveles. Esto permite:
  - relacionar lo estudiado con su historia y su contexto social;
  - evitar atribuir a la actualidad procesos de mayor recorrido histórico;
  - registrar lo novedoso como aquello de lo que no se puede reconstruir su semiohistoria.



Cuadro 3. Momentos en una investigación

*Fase 2 y momento 3. Estado sociosemiótico.* Si la semiohistoria es la constitución *diacrónica* de nuestro objeto de estudio, el *estado sociosemiótico* es la integración de las tres series en *un* sistema de intercambio (o los que resulten necesarios) que, en el mismo movimiento

- pone en evidencia las relaciones del sistema de intercambio con, por un lado, otros sistemas de intercambio, en términos de parecidos y diferencias, y
- permite relacionar al sistema, a partir de sus propuestas de usos, con otras disciplinas de lo social (cuadro 10):

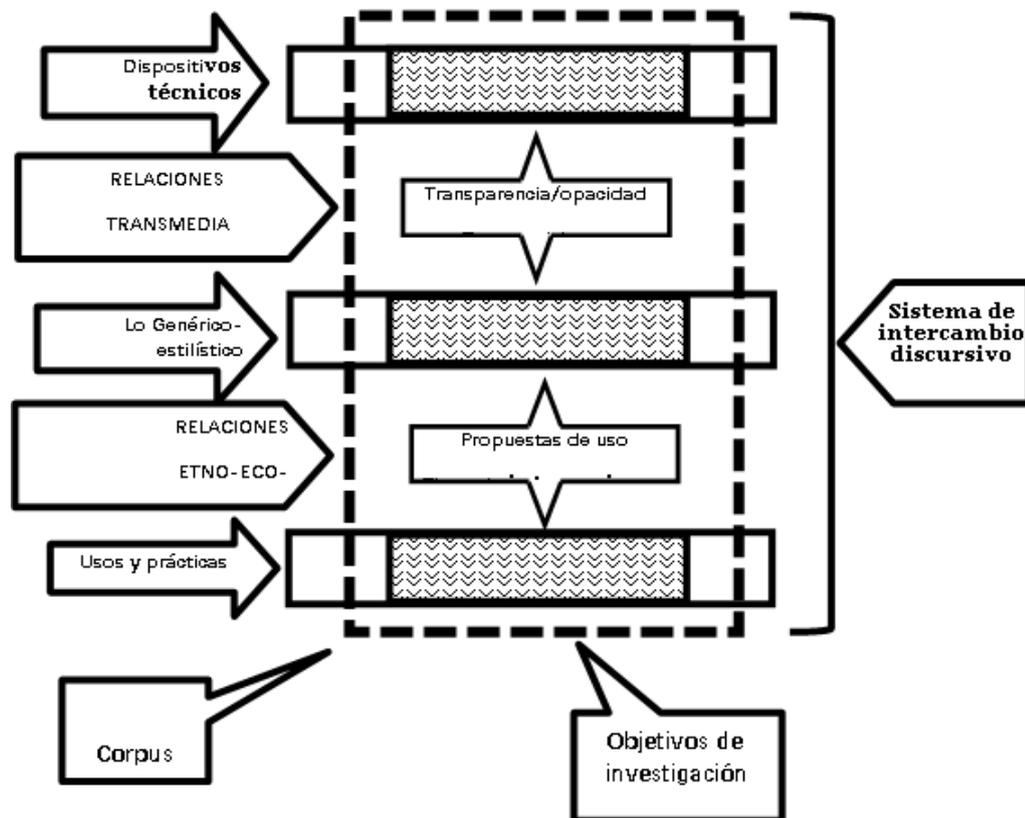
Por esta última característica, la consideramos una fase *ecosemiótica*, porque se establecen relaciones con el conjunto del ecosistema, que pueden ir de lo masivo a lo individual, con diversas segmentaciones posibles.

*Fase 3. Análisis discursivo mediático.* Recién al final del proceso de trabajo no enfocamos en el *interior* de nuestro corpus (Cuadro 4). En esto, el modelo se diferencia de las costumbres de los artículos académicos o periodísticos de datos y de opinión, que se ven obligados, a veces sin necesidad, a presentar *análisis provisionarios* sobre el fenómeno que genera interés social *en sí*. Nada dice que un análisis que ponga en evidencia lo que hay de previsible no tiene interés para un público académico o, aún, para lectores interesados y *críticos*. En esta fase, conviene diferenciar dos momentos:

- *Momento 4. Análisis discursivo.* Operaciones de análisis sobre el corpus, con grillados u otras herramientas *ad hoc*, que resulten pertinentes.
- *Momento 5. Resultados.* Los resultados no tienen por qué ser *conclusiones*, pero sí es necesario que no se restrinjan al análisis discursivo, sino que relacionen los producidos en las tres fases.

Debe prestarse atención a que, desde esta perspectiva, el análisis discursivo se produce luego de un largo trabajo. No se recomienda, aunque se trabaje dentro de una disciplina centrada en lo discursivo, comenzar por los análisis de textos. Tal vez en los análisis literarios, en los que la mediatización en soportes *libros* y con tipografías industriales, la materialidad resulte irrelevante, pero el analista haría bien olvidar que no analiza *autores* sino conjuntos de letras impresas distribuidas de un modo uniforme por dictados de las industrias y no, salvo raras excepciones, por las propuestas creativas.

El análisis discursivo de un corpus construido con diversos cuidados y control externo, consiste en registrar las *marcas* en su superficie, que se convierten en *huellas* del tratamiento de las diversas series presentes en el material y cuyas trayectorias se han reconstruido en el momento anterior (Verón 1987).



Cuadro 4. El corpus en su sistema de intercambio

Es aquí donde comienza a introducirse como categoría de análisis lo *estilístico*, en sus niveles regionales, segmentados o de época. Pero el análisis discursivo servirá para completar la convencionalidad y la conflictividad estilística en los sistemas de intercambios que analizamos (Fernández, 2021: 275-295).

Es imposible en un artículo de esta extensión agotar y ejemplificar los diversos tipos de operaciones de análisis puestos en juego en un análisis (Bitonte 2009). Pero una necesaria primera aproximación al análisis requiere definir los diversos niveles que deben desarrollarse de análisis; luego profundizaremos en cada uno de ellos. En cualquier grilla de análisis es conveniente que aparezcan, al menos, filas donde se registren marcas sobre:

- La *textura*: marcas que dejan los dispositivos técnicos en la superficie de los textos intercambiados, las que suelen ser inevitables según las características de los dispositivos técnicos, pero también pueden utilizarse esas características para usos expresivos y estilísticos.
- Los *formatos*: organizaciones generales de los textos, estructurados o no, que permiten o al menos proponen, organizar de diferentes maneras los intercambios discursivos. Se

plantean como un momento de articulación entre las materialidades de las texturas y las figuraciones diversas, entendidas como operaciones básicas de producción de sentido. Narraciones y argumentaciones, estructuradas o no, grandes géneros macro o micro y su convivencia o no en los grandes formatos mosaico que, sin llamar demasiado la atención, son figuraciones de la vida mediática, desde las de los medios masivos, y que en las plataformas y apps son al parecer inevitables. Fragmentos, detalles y cápsulas procuran reconstruir los intersticios de las formalizaciones discursivas. Los formatos son útiles como interfaz metodológica entre las restricciones y posibilidades de los dispositivos técnicos y las organizaciones formales de los textos del corpus.

- Las *figuraciones* entendidas, en sentido amplio, como expansión desde la tradición figural de la retórica y la poética, hacia los procesos de producción de sentido que diferencian a un corpus de lo más o menos previsible de su sistema genérico-estilístico. Las figuraciones no deben restringirse a las clásicas clasificaciones de figuras como las de metáfora y metonimia sino a las operaciones de construcción, de referenciación y de inserción en el conjunto del corpus (Metz 1979; Grupo Mu 1987).
- Lo *temático*: recién luego de ese largo recorrido, abordaremos la vieja pregunta acerca de sobre qué tratan los textos estudiados, a qué se refieren, pero entendida la respuesta no como un proceso de descripción inmanente, sino para tratar de comprender cómo son recortadas en el corpus las temáticas que lo atraviesan y, aun, *qué temáticas no aparecen*, aunque sean habituales, en ese sistema de intercambios.
- Lo *enunciativo/interaccional*, en tanto último nivel a analizar, será entendido como el conjunto de operaciones que proponen la construcción de escenas de intercambio comunicacional, para lo cual nos despegaremos de la concepción de que habría que registrar marcas específicas de la interacción, concebidas más bien como efectos de sentido generados por el conjunto de las huellas previamente analizadas. No se trata de confirmar el intercambio, sino de comprender las condiciones para el intercambio que se proponen, exitosamente o no, desde el corpus seleccionado. Tendremos en cuenta dos tipos de rasgos:
  - Los rastros de las funciones que hemos descripto como necesarias para que un sistema de intercambio sea posible: reciprocidad, redundancia, simetría, complementariedad,

presuposición, implicatura, todas sofisticaciones que convergen también con lo enunciativo.

- La diferenciación que hace Carlos Scolari entre, por un lado, las interacciones que se activan con teclados, touchings o joysticks y, por el otro, las tareas de identificación de actores y, luego, las relaciones entre ellos, como las del tipo de equivalencia, igualdad, dominación, pertenencia, unión, intersección, complementariedad (Scolari, 2022).

El proceso de investigación o análisis sobre las tres series y sobre los rasgos discursivos es, en principio, infinito. Solo es limitado por la adecuación y necesidad para los objetivos de la investigación. Todos los rasgos están inscriptos en grillas en las que, en las columnas, se distribuyen los casos del corpus, y en las filas, los rasgos que se encuentran en todos o en algunos de los casos. La descripción de los *llenos* y los *vacíos* en las celdas de las grillas son los resultados a transcribir como producto del análisis.

Este modo nos garantiza que el análisis de un sitio de un centro cultural, el discurso de presentación de intérpretes musicales o de alguna de sus obras, o de la página de inicio de una plataforma especializada, no se restringirán a sus dichos, sino al conjunto de la propuesta de intercambio inscripta en su discurso: no habrá personalización, sino, en todo caso, construcción mediática de individualidad y propuesta de intercambio que pretende influir, participar, intervenir en la vida de los que actúan, explícita o implícitamente, en los intercambios (Cingolani, 2019; Fernández, 2021).

Como se ve, el modelo favorece *detener* el flujo del intercambio estudiado, por más vertiginoso que sea, e introducir la evaluación de rasgos desde un punto de vista no conservador; por el contrario, la reconstrucción semiohistórica desmitifica el cambio, pero registra perfectamente tanto lo novedoso como su fuerza de transformación.

Por otro lado, como se vió en el Cuadro 4, ese grillado permite, como parte del análisis final, establecer relaciones entre los diversos niveles del sistema de intercambio: una máquina explicativa que aportar diversos componentes para articular con los otros saber con los que se convive en cualquier mesa de interdisciplina dedicada a las mediatizaciones.

## Síntesis y aperturas

El estudio de las vidas contemporáneas de lo musical requiere el reconocimiento de su complejidad, mediática y no mediática y sus relaciones y la adecuación a ella de los mecanismos de investigación.

Cualquiera de los casos presentados, requiere la intervención de diversos equipos de investigadores, de tal complejidad y cantidad, que una mesa interdisciplinaria sólo puede ser virtual, sostenida en plataformas.

El análisis sociosemiótico de los intercambios discursivos en plataformas musicales, especializadas o no, masivas o individuales, tiene un valor en sí mismo, porque permite registrar y comprender diversas claves que llevan al éxito o al fracaso de diversos circuitos y sus respectivas consecuencias.

Su aplicación en el análisis de plataformas dentro de circuitos es clave para introducir en el conjunto de los circuitos en los que participan lo estudiado, pero no agota todas sus dimensiones.

Si bien un proceso curatorial de base semiótica es aplicable y útil en cualquier instancia de investigación, cualitativa o cuantitativa, se lo recomienda especialmente en dos instancias:

- *Exploratorias*: Como primera fase de comprensión sobre *de qué trata* el circuito a estudiar y cuáles son sus propuestas de alcance y participación o
- *Programadoras*: Aunque resulte contrario a las costumbres actuales, los procedimientos de captura y tratamiento de datos deberían estar regidos por la complejidad de datos materiales de los diversos sistemas de intercambio.

Proponer desde un artículo académico la necesidad de transformación de todo un sector del sistema científico puede sonar a utopista. Pero si se sigue insistiendo acerca de que la época y sus ecosistemas mediáticos están en transformación, y en que es necesario comprender ese proceso para poder intervenir más productivamente en lo sociocultural, una dosis elevada de utopismo será necesaria.

## Referências

Bitonte, María E. (2009) Tres aportes a la noción de operaciones: Verón, Fisher, Goodman. *Figuraciones. Teoría y Crítica de artes*, 6, recuperado de <http://repositorio.una.edu.ar/handle/56777/1087>

- Braga, Jose L. (2012), “La política de los internautas es producir circuitos”, en Mario Carlón y Antonio Fausto Neto (comps.), *La política de los internautas. Nuevas formas de participación*, Buenos Aires, La Crujía, 2012, pp. 43-59.
- Chion, Michel (1999). “El corte”. En: *El sonido* [1998]. Barcelona: Paidós, pp. 247-274.
- Cingolani, Gastón y Mariano Fernández (2018), “Objeto, objetos, corpus, sistemas. Lo que se deshace y lo que hacemos cuando analizamos discursividad en la crisis de mediatizaciones contemporánea”, en R. Biselli y M. Maestri (eds.), *La mediatización contemporánea y el desafío del big data*, Rosario, CIM-UNR Editora, pp. 148-176. En: <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/137/la-mediatizacion-contemporanea-y-el-desafio-del-big-data>
- Fernández, J. L. (2013). Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas. En: Postbroadcasting. Innovación en la industria musical En: Fernández, José L. (Coordinador) *Post Broadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 27-46.
- Fernández, José L. (2021a), *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*, Buenos Aires, La Crujía.
- Fernández, José L. (2021b), “Musical mediatizations: Platforms and social spaces”, en Carlos A. Scolari, José L. Fernández y Joan-R. Rodríguez-Amat (2021), *Mediatization(s), Theoretical Conversations between Europe and Latin America*, Bristol, Intellect Ed.
- Grupo MU (1987). *Retórica general*. Buenos Aires: Paidós.
- Jáuregui, J. (2013). La sonoridad gráfica del tango. Metadiscursos de un género. En: *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada*. Buenos Aires: UBACyT. N° 10, 1er. Semestre 2013. En : <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3736>
- Kiektik, Mario. L. (2021). *Redes sociales mediáticas y territorialidad. El caso foursquare*. Buenos Aires: Teseo – UBA Sociales.
- Koldobsky, D. (2013). “Videos musicales y YouTube: escuchar, ver y hablar de música”. En: Fernández, J. L. 2013. *Post Broadcasting. Innovación en la industria musical* (Coordinador). Buenos Aires: La Crujía.
- Lapuente, M. (2013). Los conciertos en vivo y su procesamiento en las redes: la experiencia social de la música en YouTube. En: Fernández, J. L. (Coordinador). *Post Broadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La Crujía.
- Metz, Christian. (1979). *El significante imaginario (Psicoanálisis y cine)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rocha Alonso, Amparo (2016), “Proyecto burbujas: circuitos de música en Buenos Aires”, en *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada*, núm. 15, Buenos Aires, UBACyT, pp. 35-48. En: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3819>
- Rodríguez-Amat, Joan R. (mayo, 2020) “Tramlines Festival. Sheffield” In: *Communicative Spaces. Understanding social interactions online and on the ground*. En: <https://communicativespaces.org/2020/05/10/tramlines-festival-sheffield/>
- Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). En: Scolari, C. A. (Ed.) *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, Carlos A. (2022). *Las leyes de la Interfaz. Diseño. Ecología. Evolución. Tecnología*. Barcelona: Gedisa. 2da. Edición.
- Valente, H. de A. D. (1999) *Os cantos da voz: entre o ruído e o silêncio*. São Paulo, Annablume.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Videla, Santiago (2019), “Vidas on/off line de lo musical: relación entre plataformas mediáticas y espectáculos en vivo en centros culturales”, en *Revista Sociedad*, vol. 39, pp. 227-240,

Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. En:

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/revistasociedad/article/view/5099>

Weber, W. (2011). Variaciones sobre la miscelánea. En *La gran transformación en el gusto musical*. Buenos Aires: FCE.