

# 6. Medios de sonido y vida social

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ

71

## 1. Presentación

Cuando se pertenece, como en mi caso, a un equipo que investiga desde la semiótica de los medios a los medios de sonido, gran parte de nuestras publicaciones se dedican a responder preguntas del tipo: ¿Qué rasgos distinguen a lo radiofónico de lo televisivo o lo gráfico? ¿Hay en lo fonográfico algo equivalente a lo fotográfico? ¿Hay sólo diferencias perceptuales, sin ganancias o pérdidas de sentido, entre conversar cara a cara y hacerlo por teléfono?

Durante el 2004 se realizaron sucesivamente, en Lyon, los congresos internacionales de la Asociación Internacional de Semiótica Espacial, bajo el título de *The sense of forms and temporalities of space*, y el de la Asociación Internacional de Semiótica, bajo la consigna *Les signes du monde - interculturalité et globalisation*; este último coincidió, a su vez, con un encuentro de la Asociación Internacional de Semiótica Visual. Tal despliegue de vínculos y temas académicos obliga a presentar la propia producción a un afuera relativamente desconocido frente al que hay que sobreexplicar acerca de lo específico y, en el mismo movimiento, relacionar con los diferentes temas que convocan los eventos.

Aprovechando esa producción lateral, en este artículo se sintetizan algunas de las cuestiones centrales presentadas en esos congresos. El objetivo aquí es mostrar el estado actual de nuestro trabajo mientras se discute acerca de si la noción de globalización es una o si conviene considerarla como constituida por períodos diferentes -problema de historia de la globalización- y, además, cómo se inserta dentro de esos períodos de la globalización el momento de la mediatización del sonido -teléfono, fonógrafo, radio- previendo, desde ya, que la globalización sería otro fenómeno -o serie de fenómenos- si no existieran esos medios. Por último, se proponen algunas consecuencias que se extraen al relacionar esos aspectos de la globalización con las transformaciones contemporáneas de la vida urbana.

## 2. Problemas para conceptualizar la globalización y para establecer período

Como se vio —aunque no sin conflictos— en el último Congreso de la Asociación Internacional de Semiótica en Lyon, nuestra disciplina tiene cosas para decir sobre un concepto macro y de actualidad como el de globalización.

Los medios denominados masivos son, a la vez, causa y consecuencia del proceso de globalización cultural. Dicho proceso es largo, multidireccional y no necesariamente irreversible. Por ello, resulta imposible concebir fenómenos como el de la “actualidad”, la “música popular” o los “deportes” —tal y como los conocemos— sin la presencia de la prensa, la radio, el teléfono, el fonógrafo, diferentes formas de televisión, e incluso Internet.

La noción de “gran ciudad”, por su parte, incluye en su estructura al sistema mediático y, al mismo tiempo, el sistema mediático se desarrolla cuestionando los propios límites de cada ciudad —podemos vivir toda nuestra vida fuera de una ciudad, pero en contacto y disfrutando sus modos de vida o sus estilos discursivos.

Por otro lado, la globalización no es un proceso homogéneo: algunas áreas cambian mientras otras no lo hacen y, además, la aparición de un nuevo medio global no necesariamente conduce a la desaparición de los medios anteriores: la radio no eclipsó a los conciertos musicales en vivo y ha resistido el embate de la televisión.

72

Desde este punto de vista, la globalización sería un concepto a construir cada vez que necesitamos describir cada evento mediático y social o, en forma más evidente, cuando debemos ubicar en un momento histórico específico dado la aparición de un nuevo fenómeno mediático discursivo. Para fijar un contexto social —local, global o glocal?— necesitamos establecer también un momento social —previo o nuevo; luego, establecer, proponer, períodos.

En términos generales, cuando hablamos de globalización, hablamos de las relaciones ubicadas en un espacio; más o menos complejo, pero sólo uno. Cuando, en cambio, hablamos acerca de períodos de la globalización, se define a la globalización como un proceso; un concepto temporal; así como cuando hablamos de “diferentes momentos en la vida de la ciudad” la cuestión espacial se convierte en una cuestión de tiempo. Todos nosotros sabemos que cambiar espacio por tiempo es algo común pero conflictivo para las ciencias sociales.

Establecer períodos, que no es lo mismo que encontrar períodos, es una de las cuestiones principales de la historia y los problemas sobre su corta o larga duración son ya clásicos Braudel (1984: 64-82). El concepto de globalización en sí mismo puede enfocarse en una larga duración —en cuyo caso, Marco Polo o Alejandro Magno podrían considerarse como las primeras etapas del proceso— o en una corta duración, como en nuestro caso, concentrado en esta globalización que representaría el corazón de nuestro tiempo.

De todas maneras, nuestro objetivo al establecer períodos de un tema específico –por ejemplo, de las relaciones de los medios con la globalización– puede no necesariamente coincidir con el sentido común ni tampoco con el sentido de la historia en general. Si necesitamos entender, por ejemplo, las transformaciones aportadas por los medios de sonido al sistema discursivo de una ciudad, debemos contar con una periodización ad hoc que incluya, al menos, los momentos previos y posteriores y sus respectivos aportes diferenciadores. Por lo tanto, cada debate sobre el período al que corresponde un medio o un tipo de medios implica el debate acerca de las periodizaciones de otros medios –al menos, cuáles de ellos existían antes o después de nuestros “propios” medios o, lo que resulta más complicado aún, cuáles coexisten con ellos.

### 3. Períodos de la globalización

Es muy difícil pensar en la posibilidad de una sola manera de periodizar la globalización desde el punto de vista del desarrollo de los medios masivos. Si, desde esa perspectiva, tenemos en cuenta sólo algunos trazos gruesos, veremos que el proceso de desarrollo de la globalización en los medios puede afectar en ciertos casos, principalmente, a la distribución de contenidos, como se denomina en la industria del espectáculo a los productos terminados –circulación internacional de filmes o textos televisivos– o, en el otro extremo, encontraremos principalmente nuevas formas de contacto, tanto en términos espaciales o temporales exclusivamente o simultáneamente espaciotemporales con distintas relaciones entre imágenes y sonidos, entre textos en vivo y textos grabados, con diversas maneras de aparición de lo individual como representación o como modos de interacción.

También en términos generales, si estudiamos la distribución de contenidos, además de la cobertura territorial y poblacional, la cuestión principal desde el punto de vista de la semiótica de los medios es la de la transposición, o sea diferentes procesos a través de los cuales géneros, textos, etc. son soportados por diferentes medios, por ejemplo melodrama, el género teatral convertido en film, radioteatro, fotonovela, telenovela, video juego, etc. (STEIMBERG, 1993: 109-133). Cuando, en cambio, estudiamos formas de contacto, la cuestión principal es la de la enunciación –procedimientos lingüísticos o no lingüísticos a través de los cuales los textos construyen escenas comunicacionales entre figuras, imágenes de emisión y recepción.

Por supuesto, fenómenos mediáticos como el sistema global de información, constituyen encrucijadas entre tipos de contenidos y tipos de contactos: para comprender algo como las noticias de último momento, los individuos necesitan conocer, tanto sobre noticias y periodismo, como aceptar una posición enunciativa específica que debe incluir formas abiertas frente a la novedad.

Teniendo en cuenta dichos límites, en nuestra periodización provisoria de la globalización enfocada desde el desarrollo de los medios masivos, podemos discriminar los siguientes períodos internos:

- A. **Cuerpo y prensa.** En las últimas décadas del siglo XIX, las imágenes técnicas —lito-gráficas y fotográficas— transformaron los medios gráficos en los que, incluyendo la temática de las grandes ciudades, se creaba el sensacionalismo; mientras tanto, el telégrafo reducía el tiempo de información y las novelas melodramáticas y realistas eran distribuidas a través de la prensa. El valor agregado del período no está dado únicamente por los nuevos contenidos, sino también por las nuevas formas de relacionar los textos de los medios masivos con las cuestiones antropológicas.
- B. **Iconicidad mecánica.** Pasamos del siglo XIX al XX, de la representación masiva y la percepción del cuerpo y su entorno: de la fotografía al cine, capturando grandes historias. Este período en verdad coexiste parcialmente con períodos previos, pero su sentido es absolutamente diferente. La cuestión principal es la transposición de géneros de la pintura, como el retrato y el paisaje, e historias de ficción de procedimientos tecnológicos prestigiosos, como la pintura o la prensa, a procedimientos mecánicos, excluyendo el aura típica de la obra de arte única (BENJAMÍN 1994 [1936]).
- C. **El momento del sonido.** El comienzo de los medios del sonido coexiste parcialmente con la iconicidad mecánica, pero casi alcanza a los años cuarenta en su primera etapa. Los medios electrónicos —el teléfono, el fonógrafo y la radio— reúnen los textos en vivo o grabados, con nuevas relaciones entre lo concreto y lo abstracto. Las voces y la música, emitidas sin su fuente de origen, generan una nueva presencia de posiciones individuales a través de la voz y la interpretación musical. Como veremos, el período construyó nuevas relaciones revolucionarias entre espacios y tiempos y no podemos olvidarnos del sonido desarrollado por el cine cuando el medio del sistema de sonido tuvo éxito.
- D. **Explosión de la entrega de contenidos.** En los años cincuenta, la televisión y los larga-duración -micro grabación más alta fidelidad- generaron una explosión en la distribución de contenidos. La industria del entretenimiento alcanzó su más extensa influencia y nuevos segmentos del público —niños, jóvenes, mujeres, etc.— comenzaron a consumir discursos dirigidos hacia ellos. Una vez en los sesenta, a partir de ese material en crudo, el pop art articuló la comunicación masiva con lo que quedaba de la avant-garde de las artes plásticas haciendo del cine, la televisión y el consumo musical un éxito global.
- E. **Lo individual en lo masivo.** Desde los ochenta hasta la actualidad, encontramos nuevas interpretaciones de eventos en la articulación entre tomas de televisión en directo y distribución satelital (CARLÓN 2004). Formas casi diferenciadas de contactarse a través de Internet, que conducen hacia la globalización “absoluta”; gran parte de los textos de los medios masivos pueden ser localizados por un buscador solitario y, en muchos casos, el navegador puede interactuar. Se trata de nuestro tiempo, y sin embargo tenemos problemas para concentrarnos en las características específicas del período, que en parte son la razón de ser de este artículo.

Resumiendo, los momentos A, C y E son períodos enfocados en la transformación de las formas de contacto, mientras que B y D están más enfocados en la distribución de contenidos. Es cierto que al transformar las formas de contacto, la cultura inevitablemente transforma los contenidos, pero lo opuesto no se da de igual manera. De todos modos, no tiene sentido defender esta periodización, salvo en términos de su utilidad para situar —y sólo desde nuestro punto de vista— el sistema de los medios de sonido; sólo como muestra de sus debilidades: aunque podría defenderse su inclusión posterior en alguno de los períodos, así planteados no se incluye en un primer plano la comunicación en la vía pública, de gran importancia en el desenvolvimiento de la vida urbana.

#### 4. El momento del sonido

Como fue mencionado anteriormente, desde las últimas décadas del siglo XIX hasta la década del 1930 del siglo XX, comenzó un enorme proceso de mediatización por el que las voces, los ruidos de la naturaleza y el sonido de los instrumentos musicales comenzaron a recopilarse y transmitirse por teléfono, fonógrafo y radio, despegados de sus fuentes de origen.

75

Nunca antes había sido posible algo similar. Más aún, nuestra cultura no tenía tradición de administrar los sonidos tal como sí la tenía para la administración de imágenes. Cada historia de cada tipo de imágenes, o de sus usos, podría ser relacionada, directa o indirectamente, con la Caverna de Altamira y sus sofisticados murales. ¿Qué podríamos encontrar que fuera similar a tal expresión en términos de sonidos? Por supuesto, no el tam-tam utilizado por un muy limitado número de culturas, ni tampoco el mítico grupo de los acusmáticos, escuchando detrás de las cortinas los famosos discursos de Pitágoras.

Para dar cuenta de lo profundo de tal novedad, debemos dar testimonio de cómo la cultura metabolizó los inicios de dichos medios en el caso de Buenos Aires, la ciudad sobre la que estudiamos.

La primera transmisión telefónica en 1878, por ejemplo, fue pública, no privada, e incluyó una pieza de música interpretada por una orquesta sinfónica. Es decir, no fue una conversación privada típica de la telefonía desarrollada sino algo más parecido a lo radiofónico. También, cuando en la misma época fue posible grabar y reproducir sonidos, las primeras publicidades gráficas de fonógrafos y gramófonos proponían grabar voces y/o ruidos de la naturaleza y la música, a la que se dedicó posteriormente el fonografismo desarrollado, era apenas una posibilidad más entre las otras. La primera emisión radiofónica, por último, consistió en la transmisión de una ópera desde un teatro, es decir, un texto teatral con vida social propia y no uno construido exclusivamente por la radio -radioteatros, noticieros, transmisiones deportivas- como los que llevaron al medio a construir su importancia social.

Dicha forma incierta de comenzar no evitó que, sin embargo, a mediados de los años 1930 los usos de todos estos medios estuvieran consolidados, en muchos aspectos centrales, tal como los conocemos ahora: el sistema telefónico como la red básica de

comunicación interindividual, el sistema fonográfico -el gramófono y sus desarrollos subsiguientes- como la gran fábrica internacional de contenidos musicales -fijando, aparentemente, el formato y la extensión de la canción masiva y de los “nuevos” géneros populares, como el jazz, el bolero, el tango, etc.- y la radio se convirtió en la gran maquinaria social para producir y distribuir información, música y ficción en “tiempo real”. El mundo, la forma de pensar en él y la vida en sí misma, sufrieron profundos cambios.

¿Qué sucedió en la vida sociodiscursiva para permitir tamaña transformación? Por supuesto, una gran cantidad de cuestiones sociales sucedieron con una relativa independencia respecto de los medios, y hablaremos de ello más adelante pero, en primer lugar, nos concentraremos en los procesos internos de la mediatización del sonido en sí mismo.

Para comenzar, el teléfono, el fonógrafo y la radio son útiles para producir, emitir y recibir textos de sonidos; sin embargo, de ninguna manera lo son en todos sus aspectos y de la misma manera.

Si consideramos al teléfono como un medio “vacío”, de puro contacto, utilizado por los usuarios para conversar “en vivo” sin límites de tiempo, con intercambios “en vivo”, en el otro extremo nos aparecerá el fonógrafo, artefactos exitosos en la fabricación y distribución de música, o sea, un medio “lleno”, que ofrece contenidos puros y pura recepción sin intercambio discursivo en vivo. Entre ambos medios, el lugar de la radio se inscribe inevitablemente con toda su importancia. La radio produce y emite contenidos múltiples —musicales o verbales, informativos o de ficción— en modo “vivo” pero, como el teléfono, permite la aparición de individuos —famosos o anónimos— y como el fonógrafo, permite transmitir música grabada. No exageraremos si, desde este punto de vista, ubicamos a la radio como un antecedente social de Internet aunque con profundas diferencias de interfaz.

76

Por otra parte, el primer desarrollo de estos medios sin imágenes coexistió con una gran presencia de discurso periodístico acompañado de fotografías y publicidad gráfica con profusión de imágenes que presentaba, explicaba y estimulaba el uso de estas nuevas tecnologías.

Ahora bien, aun cuando el momento del sonido coexistió con el desarrollo del cine —o sea, con un momento social muy rico en lo que respecta a la presencia de imágenes— las gráficas referidas al teléfono, la radio o el fonógrafo no sumaron representaciones complejas: las publicidades de las empresas telefónicas mostraban personas hablando por teléfono; los artículos o avisos publicitarios sobre radioteatros mostraban retratos de actores, individuales o en grupo, o, más aburrido aún, actores leyendo su parte de la obra sin que se representaran, salvo esporádicamente, vestuarios o escenarios y los discos eran ofrecidos a la venta en sobres carentes de imágenes.

Esa pobreza de imágenes, esa falta de voluntad de representación en el metadiscurso gráfico que acompañó los comienzos de los medios del sonido, no consiguió frenar su éxito. Si el aspecto común de estos medios es la posibilidad de aislar el sonido de sus

fuentes de origen, el movimiento se potenció como un gesto de abstracción: algo en la época hacía posible que conviviera, junto con la exuberancia imaginística del cine, la pobreza representativa del sistema de medios de sonido.

## 5. Algunas transformaciones

Obviamente, es imposible describir aquí todas las consecuencias en la vida sociodiscursiva generadas por el hecho de que, por primera vez, la sociedad produce textos para escuchar, grabados o en vivo y en condiciones de ser distribuidos a nivel global, pero resulta inevitable observar algunas de ellas y reflexionar acerca de cómo se relacionan con, al menos, la vida urbana.

En primer lugar, veamos fenómenos resultantes del tipo de mediatización, que aísla el sonido de su fuente y produce textos que sólo se perciben con el oído. Entonces encontramos el hecho de que entre esos sonidos mediatizados se encuentra a la voz. La voz es parte de un cuerpo y, en tanto tal, es esencialmente individual y renuente a la educación. Además, como cualquier otro sonido, la voz mediatizada -transmitida en vivo o grabada-, no es la representación de un cuerpo, como lo sería una imagen, no es algo en lugar de algo. Una voz mediatizada es esa misma voz, es decir, un escándalo semiótico. Por supuesto que existe semiotización, pero no es del tipo de la representación, como lo sería una imagen cualquiera o una fotografía, sino que se trata de una presentación de esa voz; lo menos que puede afirmarse es que estamos ante una mediatización, por describirla de algún modo provisorio, especialmente delgada en la que el espesor tecnológico deja escasa huella que no sea la de la distorsión.

Además, la percepción de los sonidos no es externa como lo es la percepción de las imágenes —para ver una imagen, es necesario que se encuentre fuera de nuestro cuerpo—, el sonido está siempre dentro de nuestro cuerpo, dentro de nuestros oídos, sin que exista en ellos nada equivalente a la capacidad inhibitoria de la percepción de los párpados.

Desde esa descripción de rasgos se justifica porqué el momento del sonido es de transformaciones de contacto, pero también hubo novedades en los contenidos que contribuyen a que esa globalización porte un par de contradicciones que son nucleares para entender claves, tanto de su éxito, como de la preocupación que genera.

Luego del éxito de la radio y el fonógrafo, los temas musicales grabados o en vivo se convierten en los textos más globales, con una distribución no alcanzada hasta el momento, incluyendo en su conformación los elementos más singulares como las voces individualizantes de los intérpretes. De entre esos temas musicales, las canciones de géneros populares —jazz, bolero, y tango— son los textos más locales, de un modo que antes no podía ser pensado, en el sentido de que el tango es la música de Buenos Aires, el jazz es de Nueva Orleans, el mariachi es México, el bolero es el Caribe, etc.; una noción de estos días como la de glocal —procesos globales vividos como locales o viceversa— podría haberse creado en el momento del primer éxito internacional de los medios de sonido.

Para comprender el aporte del conjunto del sistema mediático de sonido a la nueva época como una combinatoria de contactos que construyen contenidos puede mencionarse la complejidad espacial discursiva incorporada en géneros como los shows radiofónicos. Estos shows —a veces denominados magazines por su parecido formal a las grandes publicaciones gráficas de actualidad— funcionan analógicamente con la nueva complejidad de la vida urbana en las grandes ciudades y en las sociedades globalizadas en general (FERNÁNDEZ 1989). En ellos, un operador socio-discursivo individual —el conductor— presenta, coordina y equilibra diferentes textos provenientes de diferentes niveles de cultura que presuponen, a su vez, muy distintos saberes y áreas de desempeño cultural como la información, la música, la ciencia, el humor, la gastronomía, etc. Esos saberes del show radiofónico son, en definitiva, los que difunden los grandes diarios y revistas y conforman el centro de la denominada cultura de masas, saberes acerca de los cuales un ciudadano medio de las grandes urbes debe conocer lo necesario para, al menos, hacer preguntas en una conversación grupal, pero cuyo conocimiento extenso, si bien funda una especialización, al mismo tiempo genera una distancia con respecto al lugar común del propio ciudadano medio.

Ahora bien, ¿qué sucedía en una ciudad como Buenos Aires mientras se instalaba el sistema de medios de masas en general y de sonido en particular? Buenos Aires estaba pasando, de ser un pueblo con una rica vida cultural pero con edificios de un solo piso y sucias calles de tierra, a convertirse en una metrópolis grande y moderna. En 1910, durante el Centenario de la Revolución de Mayo, la ciudad enfrentaba una transformación en múltiples niveles a través de la cual los aspectos espaciales estuvieron entre los más afectados. La ciudad asumió su rol de ciudad-puerto como una interfaz entre los países centrales y un país relativamente importante, en los confines del mundo, como lo era Argentina.

78

La transformación del espacio de la ciudad afectó su superficie, tanto en su dimensión interna —se abrieron grandes avenidas cortando manzanas y diagonales que cuestionaban el grillado colonial, edificios públicos que exteriorizaban el nuevo poder del Estado, etc.—, como en su dimensión externa, en los bordes de la ciudad —nuevos barrios seguían la extensión de las líneas del ferrocarril, el nuevo puerto asumía definitivamente el rol estratégico de ciudad-puerto, etc.—. Pero esa transformación espacial no se produjo sólo en la superficie urbana: al mismo tiempo, los aeroplanos comenzaron a cruzar el cielo de la ciudad y, en 1913, el subterráneo, el primero de Latinoamérica, hace su viaje inaugural. Buenos Aires, como una gran metrópolis internacional, se convierte en un espacio social en múltiples niveles —¿no cabe decir un hiperespacio?— como los que representaban las utopías de Le Corbusier.

A partir de entonces, la perspectiva monocular, de un sólo punto de vista, equivalente a la de la pintura renacentista o a la de la tecnología fotográfica, no podía representar la imagen general de la vida urbana. No sólo cambió la imagen y la perspectiva de la ciudad, sino que también cambió la noción de caminar por sus calles (JOSEPH 1988).

Quizás como respuesta a dicho proceso, es que mutó también la representación de lo social y del espacio gráfico en sí en las revistas, y lentamente también en los diarios. El retrato y el paisaje, los principales géneros visuales que pasaron de la pintura a la

fotografía, fueron reemplazados en los diarios de Buenos Aires, a partir de 1910, por la fotográfica instantánea; es decir, pasaron a representar personajes en movimiento —recordar la importancia creciente del cine— en el mismo momento en que el diseño de las páginas de los diarios pasó de la grilla esquemática del siglo XIX al estilo Mondrian del siglo XX (FERNÁNDEZ ET AL., 1999: 252-253).

Aun cuando insistimos en ser cuidadosos al establecer relaciones entre los diferentes fenómenos culturales y sociales —evitando el efecto túnel del que advierte Fabbri (1999)—, tener en cuenta la consonancia y disonancia que existe entre, por ejemplo, el espacio urbano y el espacio mediático puede resultar un terreno muy sugestivo y fértil.

En lo que hemos expuesto se ve que es posible establecer comparaciones entre distintos niveles de la producción y la representación de lo espacial en un momento histórico. En ese pasaje hacia la gran ciudad, entendido como un momento de la globalización (MARCOS 2004), la incorporación del conocimiento sobre el desarrollo de los medios de comunicación en general y, en nuestro caso, los medios de sonido en particular, permite complejizar y profundizar el conocimiento del conjunto del proceso.

¿Cuál es el eje conceptual, el hilo sociodiscursivo, que permite relacionar, aunque más no sea como ejercicio de reflexión, niveles tan diferentes de la vida sociodiscursiva? Para los que, siguiendo a Lévi-Strauss, pensamos que “el conjunto de las costumbres de un pueblo es marcado siempre por un estilo” y que “esas costumbres forman sistemas” (LÉVI-STRAUSS 1970: 169), esa noción compleja y escurridiza de estilo es la clave que, po-  
lémica y dinámicamente, está en juego.

Cuando mencionamos fenómenos como el éxito de los medios de sonido en los que los textos de sonido se construyen sin las imágenes de sus fuentes de origen, es decir, sufriendo un proceso de abstracción, y cuando observamos que los metadiscursos gráficos que acompañan ese proceso son también abstractos, poco imaginarios, y, teniendo en cuenta que los nuevos procesos de hiperespacialización urbana requieren nuevos modos de representación gráfica menos concretos y estables o, aun, se hace dificultoso pensar al ciudadano concreto caminando por las calles y obteniendo la información que necesita: ¿adónde se debería recurrir para encontrar una inspiración comprensiva si no es a la tendencia a la abstracción presente en la pintura y los diseños gráficos al mismo tiempo? (FERNÁNDEZ 2003).

¿Significa esto doblarse ante una dictadura conceptual del estilo? De ningún modo, sólo se trata de aprovechar su fuerza inspiradora y de comprensión y de fijar un camino para la semiótica de los medios que permita relacionar la profundidad de un saber sobre lo específico, por ejemplo, acerca de los lenguajes de los medios de sonido, con las otras series problemáticas que constituyen lo social.

## BIBLIOGRAFÍA

- BRAUDEL, F. (1984) [1968] *La historia y las ciencias sociales.*, Madrid, Alianza.
- BENJAMIN, W. (1994) [1936] "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" en *Discursos interrumpidos*, Barcelona, Planeta-Agostini.
- CARLÓN, M. (2004) "Sobre la desatención del dispositivo. Estudios culturales" en *Sobre lo televisivo*, Buenos Aires, La Crujía.
- FABBRI, P. (1999) "La caja de los eslabones que faltan" en *El giro semiótico*, Barcelona, Gedisa.
- FERNÁNDEZ, J.L. (1989) "Producto y producción de la cultura de los medios", *Medios & Comunicación*, N° 19.
- (1990) "Lo policial, lo televisivo y el sensacionalismo", *Medios, Comunicación y Cultura* N°22.
- (1994) *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel.
- (1995) "Estilo discursivo y planeamiento comunicacional", *Oficios Terrestres* N° 1, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- (2003) "El hojaldre temporal de lo radiofónico", *Figuraciones* N° 1/2, Buenos Aires, IUNA.
- FERNÁNDEZ, J.L., LÓPEZ BARROS, C. Y PETRIS, J.L. (1999) "La ciudad y la prensa: los medios gráficos frente a las transformaciones de Buenos Aires" en Gutman, M. y Reese, T. (eds.) **80** *Buenos Aires 1910: el imaginario de una Gran Capital*, Buenos Aires, Eudeba.
- FERNÁNDEZ, J.L. Y EQUIPO UBACYT S024 - Sub Grupo Fonógrafo (Integrantes: José Luis Fernández -Director-, Damián Fraticelli, Matías Gutiérrez Reto, Rubén Hitz, Santiago Videla) (2003) "El desarrollo de la visualidad en las técnicas fotográficas", en *Actas del VII Congreso de la Asociación Internacional de Semiótica Visual - AISV*, México D.F.
- JOSEPH, I. (1988) "El extranjero traductor" en *El transeúnte y el espacio urbano*, Barcelona, Gedisa.
- LAMIZET, B. (1997) "Les langages de la ville" en: Lamizet, B. y Sanson, P. (eds.) *Les langages de la ville*, Marseille, Parenthèses.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1970) [1955] "Una sociedad indígena y su estilo", en *Tristes trópicos*, Buenos Aires, Eudeba.
- MARCOS, I. (2004) "Question N° 1", *Abstracts 8th Congress of IASS - AIS*, Lyon,
- STEIMBERG, O. (1993) "El pasaje a los medios de los géneros populares", en *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Atuel.