



Dossier:

Mediatizaciones
de la música:
entre lo
fonográfico y
lo radiofónico

*Mediatizations of
music: between the
phonographic and
the radiophonic*

Presentación

Presentation

Jimena Jauregui
Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina
jimenaajauregui@gmail.com

LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada

Año IX, #17, Primer semestre 2017

Buenos Aires, ARG | Págs. 194 a 198

ISSN 1851-8931 / eISSN 2545-658X

La mediatización del sonido transformó los modos de producción, difusión y recepción de la música desde finales del siglo XIX. Con el fonógrafo, el nuevo dispositivo técnico posibilitó la abstracción visual respecto de la fuente sonora, la recepción temporalmente diferida de la instancia de emisión y el registro indicial de la voz como cuerpo mismo del emisor. En la década de 1920 el dispositivo radiofónico, por su parte, incorporó la escucha en directo y se convirtió en *partenaire* indispensable para la consolidación de la industria musical. La relación de ambos medios masivos y la música, que quedó sellada en aquel período *broadcasting* de base sonora, supo perdurar luego de la década del 50 bajo el dominio audiovisual y se transformó en gran medida a partir de los años 80 con el proceso de digitalización que dio inicio al modelo *networking*¹ de la comunicación en red (Fernández, 2013). En un recorrido por aquellos cruces del desarrollo fonográfico y radiofónico, los artículos que conforman este *dossier* indagan tres momentos de la historia de las mediatizaciones de la música desde perspectivas diversas.

En primer lugar, el texto de Daniela González se ubica en el pasaje de los siglos XIX y XX donde el fonógrafo se destacó entre el estallido de invenciones vinculadas a la manipulación sonora. Desde esta bisagra, permite identificar un período *premediático* (Fernández, 2013) y ponderar principalmente el impacto de la mediatización del sonido sobre el campo de estudio de la música a partir del surgimiento de la musicología comparada. El caso de la colección “Música Criolla” conformada por los registros etnográficos de 1905 grabados con el fonógrafo de Robert Lehmann-Nitsche en la ciudad de La Plata, encuentra en este enfoque vínculos con

1 Fernández (2013) define en estos términos a una periodización *cultural* de la relación entre músicas y medios que presenta relaciones entre mediatizaciones, etapas de la industria y modos de contacto entre intérpretes y su/s públicos. A su vez, caracteriza a una periodización *interna*, centrada específicamente en los vínculos entre músicas y medios de sonido.

la radio a nivel discursivo al ser analizado en función de los modos de enunciación radiofónica (Fernández, 1994).

Situado en un estadio donde la industria musical aún no estaba consolidada, el texto de González permite identificar usos previos del dispositivo técnico fonográfico en relación a otros discursos y prácticas sociales. Del mismo modo, evidencia cómo ciertos rasgos del discurso radiofónico pueden encontrar condiciones de producción en las grabaciones etnográficas tempranas. Lejos de una posición tecnológico-determinista, la mirada de análisis propuesta constata que la aparición de un fenómeno discursivo mediático depende de la articulación de las distintas series de los dispositivos, de los géneros y estilos y de las prácticas de intercambio (Fernández, 2008).

Ubicados, en cambio, en un momento de plenitud del vínculo *broadcasting* de lo fonográfico y lo radiofónico, Romina Dezillio expone un caso de construcción mediática de la figura del músico en los años 30. A partir de la participación radial de la soprano argentina Brígida Frías de López Buchardo y del análisis de sus metadiscursos gráficos, se presenta la transformación de la artista como representante de la canción de cámara hacia su inclusión en el movimiento folklórico. La comparación de sus audiciones de 1936 en radio *El Mundo*, con las realizadas al año siguiente en radio *Splendid* destaca el lugar central que ocupaba en el medio el *show radiofónico de música en vivo*. En estos programas la música era predominante pero podía compartir espacio de aire con *sketches* humorísticos, dramatizaciones y recitados de poesía (González y Lapuente, 2008). Los rasgos particulares que dentro de este género propio del discurso radiofónico adquirieron las *performance* en directo cobran especial relevancia dado que, como indica Dezillio, el matrimonio Frías-López Buchardo nunca realizó registros fonográficos comerciales.

En consecuencia, la difusión y el éxito masivo de parte del repertorio de una de las mayores exponentes de la canción de cámara argentina no pueden pensarse por fuera de la mediatización radiofónica. Incluso considerado en términos generales, Karush (2013) sostiene que debido a su mayor alcance, fue la radio más que el fonógrafo la que formó un público nacional y convirtió en estrellas a artistas como Gardel². Lo cierto es que este nuevo modo de producción y escucha musical respecto al fonogramismo consolidado entre 1925 y 1935 posibilitó la diferenciación entre la música grabada y la transmisión de música en vivo, la cual ocupó un

2 Si bien la incidencia en la comunicación masiva y popular de la radio resulta innegable, para el caso particular de la figura de Gardel ponderamos especialmente su construcción multimediática, dada su vasta producción tanto previa como contemporánea al desarrollo radiofónico en la industria discográfica y cinematográfica (Jauregui, 2013).

espacio predominante en la programación³. Junto a las *performance* transmitidas en directo desde las salas de concierto, se sumaban las realizadas desde los auditorios de las propias radiodifusoras, que encontraban en la promoción de sus artistas un elemento de prestigio diferenciador frente a la competencia. A su vez, la llegada de la radio a un público masivo fue acompañada por la expansión de metadiscursos de la prensa gráfica especializada que otorgaron visualidad a la mediatización sonora y conformaron su carácter multimedial originario.

En un salto temporal, finalmente, el texto de Agustín Yannicelli nos acerca al actual escenario mediático en relación las políticas comunicacionales y a la relevancia que presenta la difusión radial para la industria de la música, especialmente para los artistas autogestionados. En el marco del proceso regulatorio para los servicios de comunicación audiovisual iniciado en Argentina en el año 2009, se indaga el impacto que tuvo el artículo 65 en las radios con mayor *rating* del país en distintos períodos hasta 2016. Esta normativa establece las cuotas de música nacional y nacional independiente que deben incluir las emisoras. No obstante, como se verá, mientras se constató un efectivo incremento de música argentina, la cuota de música independiente cumplida por las radios distó en todo momento de la establecida por la ley. En esta falta intervinieron diversos factores considerados por el autor como las regalías por derechos de propiedad intelectual y las presiones económicas de las *majors*, abriendo la discusión, en última instancia, sobre el interés cultural de la difusión musical.

Frente a esta problemática, cabe preguntarse cuál es el lugar de la radio en la difusión de la música a partir del *networking* y con qué otras alternativas cuentan especialmente los artistas independientes. Luego de que el proceso de digitalización produjera una crisis en la industria fonográfica basada en la venta de discos físicos, las plataformas de *streaming* con sus versiones de pago están siendo estandartes de un nuevo modelo de sustentabilidad. Sin embargo, basado en estudios recientes, Fernández (2017) destaca que a través de los auriculares y los *smartphones* todavía se escucha radio, en general, para escuchar música y que, mientras crecen otros modos de acceder a lo musical, la radio sigue siendo el canal mayoritario. Esto no sin aclarar que aún las radios consideradas musicales presentan mucho más que música y que existe, como consecuencia de esta confusión, la oferta en diversas plataformas de *playlists* personalizadas que adquieren la denominación de “radios” en referencia a un tipo de radio exclusivamente musical que nunca existió (Fernández, 2009).

3 En la etapa de construcción de lo radiofónico entre 1925 y 1935, la música ocupaba el 70% de la programación (Matallana, 2006).

Si la aparición de los *mass media* no ha provocado en ningún otro arte efectos tan amplios y profundos como en la música, mediante la introducción de nuevos lenguajes, la alteración de hábitos de comunicación y escucha, la crisis de los cánones estéticos tradicionales y de la noción misma de obra artística, así como el aumento a gran escala del consumo musical provocando la dicotomía entre la producción de masas y de vanguardia (Lanza, 2009), un siglo después cabe preguntarse por sus actuales implicancias en los procesos de mediatización. En tiempos de *postbroadcasting* (Fernández, 2013), donde confluyen la comunicación masiva y reticular, el nuevo paradigma comunicacional también encuentra en el campo musical un objeto de indagación privilegiado. Identificar aquello que permanece y se modifica de lo fonográfico y lo radiofónico, sus convergencias y divergencias históricas, resulta indispensable para comprender la reubicación de estos medios sonoros frente al cambio de paradigma que atraviesa la industria musical. Consideramos que la lectura relacional de los textos que componen el presente *dossier* puede ser un aporte en esa perspectiva de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fernández, J. L. (1994). La entrada enunciativa. En *Los lenguajes de la radio* (pp. 19-28). Buenos Aires: Atuel.
- (2008). La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. En J.L. Fernández (Dir.) *La construcción de lo radiofónico* (pp. 9-74). Buenos Aires: La Crujía.
- (2009). Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios? *Comunicar*, n° 33, v. XVII. 55-61.
- (2013). Periodizaciones de idas y vueltas entre músicas y medios. En J.L. Fernández (Coord.) *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical* (pp. 27-48). Buenos Aires: La Crujía.
- (2017). Auriculares para pensar. *Revista Anfibia*. Universidad Nacional de San Martín. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/auriculares-para-pensar/>
- González, B. y Lapuente, M. (2008). Escenas de la radio en los años '30: los shows de música en vivo y su inserción en la vida cotidiana de la época. En J.L. Fernández (Dir.) *La construcción de lo radiofónico* (pp. 177-191). Buenos Aires: La Crujía.

- Jauregui, J. (2013). El tango fonográfico: música y canción en el disco, la radio y el cine. En H. Vargas, et al. (Eds.). *Enfoques interdisciplinarios sobre músicas populares en Latinoamérica: retrospectivas, perspectivas, críticas y propuestas. Actas del X Congreso de la IASPM-AL* (pp. 205-216). Montevideo: IASPM-AL/CIAMEN (Udelar).
- Karush, M. (2013). Competir en el mercado transnacional. En *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)* (pp. 69-120). Buenos Aires: Prometeo.
- Lanza, A. (2009). *Historia de la música, 12. Siglo XX. Tercera Parte*. Madrid: Turner Música.
- Matallana, A. (2006). *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Buenos Aires: Prometeo.