

La visualidad de lo fonográfico en la construcción de una memoria colectiva

The visuality of the phonographic in the construction of a collective memory

Santiago Videla

Docente e investigador de la Universidad de Buenos Aires, la Universidad de Tres de Febrero, REDINPLA y del Centro de Investigación en Mediatizaciones (CIM-UNR). Actualmente dicta la asignatura Semiótica de las Mediatizaciones en la Carrera de Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA). Dirige el proyecto transuniversitario *Así hablaron humanos e IA. Análisis de desvíos temáticos en respuestas comparadas de chats de LLM y humanos* en conjunto con la UFSM (Brasil) y la U. Marie Curie de Lublin, Polonia.

Correo: svidela@sociales.uba.ar

Fecha de recepción: 31/10/2025

Fecha de aprobación: 16/12/2025

Resumen

Este artículo propone analizar la visualidad en torno a lo fonográfico y sus efectos en la construcción de la memoria colectiva musical. Se explora el cruce entre dispositivos, los medios de sonido y los dispositivos visuales desde la aparición del fonógrafo hasta las actuales plataformas digitales. Se parte del supuesto de que las formas contemporáneas de acceso, organización y difusión de la música han transformado los modos de recordar y experimentar la memoria musical, tanto a nivel individual como comunitario. Se propone un recorrido desde la sociosemiótica para avanzar sobre las formas en que la memoria musical colectiva se constituye como resultado de la interacción entre técnicas de registro, lo audiovisual y los usos sociales.

Palabras clave: Mediatización, Plataformas, Visualidad, Memoria.

Abstract

This article aims to analyze the visuality of the phonographic and its effects on the construction of collective musical memory. It explores the intersections between sound media and visual devices, from the creation of the phonograph to current digital platforms. The central premise is that contemporary ways of accessing, organizing, and sharing music have transformed how musical memory is recalled and experienced, both individually and collectively. A sociosemiotic approach is proposed to trace how collective musical memory is constituted through the interaction of recording techniques, audiovisual resources, and social uses.

Keywords: Mediatization, Platforms, Visuality, Memory.



Introducción

Este trabajo propone recorrer el vínculo entre la visualidad de un medio de sonido y sus efectos en la construcción de memoria colectiva. Esto supone recorrer el proceso que va desde el inicio de la mediatización del sonido, a partir de la aparición del fenómeno fonográfico, hasta la aparición de las plataformas de *streaming* con foco en el audio. Para eso se intentará un acercamiento desde la semiótica de las mediatizaciones, con la que se dará cuenta de aspectos del dispositivo técnico, las texturas y formatos y las prácticas sociales asociadas (Videla, 2025).

Fernández (2024) pone el acento en la importancia de comprender las mediatizaciones del sonido para acercarse a una mejor comprensión de aquello que ocurre en el resto de los procesos de mediatización. El audio/sonido ha sido una pieza fundamental en lo que él denomina revoluciones invisibles permanentes. Desde allí es que nos proponemos acercar una mirada a la construcción de memorias visuales como efecto de la vida de *lo musical*.

De un tiempo a esta parte, se ha vuelto frecuente encontrar que cualquier *app* de música ofrece también videoclips; sin embargo, este vínculo entre el sonido y la imagen mediatizados no ha sido siempre natural ni evidente. Las diversas manifestaciones de *lo musical* han acompañado a la especie humana casi desde sus orígenes (Videla, 2019). Con la invención del fonógrafo a fines del siglo XIX se produjeron cambios en las formas en las que se producía, distribuía y consumía la música. El primer cambio siendo la desaparición de la necesidad de ver al músico ejecutando la pieza que se oía, el segundo, y como consecuencia del anterior, las reproducciones pudieron hacerse saltando barreras espaciales y temporales.

En el presente asistimos a lo que Fernández (2018) denomina como una época en la que vivimos en *plataformas*. Un momento en el que compramos, vendemos, nos entretenemos y nos conectamos a través de esa oferta de interfaces web y de aplicaciones que permiten intercambios multimodales. En ese contexto, la experiencia musical ya no se limita al acto de escucha aislado, sino que se expande en la interacción con el amplio espectro de lo audiovisual. Lo musical se convierte en un proceso que reconfigura el pasado y el presente, articulando recuerdos, olvidos y reformulaciones de un conjunto de imágenes y de la propia memoria musical en contextos híbridos, tanto *online* como *offline*.

Verón (2013) da cuenta de que, con la fotografía, por primera vez se asiste a un dispositivo, que de manera inequívoca por la acción de la indicialidad “es portador inequívoco de las marcas del momento de su producción, y esas marcas forman parte inseparable del sentido final del discurso” (p. 247). Koldobsky (2016) agrega que lo mismo ocurre con la fijación del sonido y que:

...más allá de que pueda ser la reproducción exacta o aproximadamente exacta de una performance musical (en el caso de ediciones que no reproducen una performance musical única), indudablemente ese rasgo transforma lo que se denominó el estatuto de la memoria. (p. 65)

Podemos volver a ese momento, con la certeza de que eso que vemos y oímos pasó. Además, la autora distingue entre la memoria individual (la del álbum de fotos y de la colección privada de música) y la memoria colectiva en los procesos de mediatización.

En Videla (2009) se muestran, además, aspectos de una visualidad pre-fonográfica, que incluía las representaciones pictóricas de músicos y sus retratos en la prensa escrita. En esa línea

podemos pensar también la visualidad que aparecía en las tapas de libros de partituras, que según Koldobsky (2016), durante el siglo XIX:

...creció en términos exponenciales y afectó tanto la producción como la recepción y fruición musical, tanto a la música profesional como a la aficionada. En ese sentido, se puede pensar que el origen de la industria musical es anterior a la mediatización del sonido. (p.64)

Se propone entonces analizar y explorar los procesos por los cuales dispositivos como las plataformas de *streaming*, redes sociales y herramientas de edición visual no solo facilitan la circulación de la música, sino que organizan memorias musicales individuales y colectivas, interviniendo en la selección, el recuerdo y la puesta en escena de experiencias compartidas. El diálogo entre pasado y presente, alrededor de la producción social de sentido (Verón, 2013), orientado a trabajar la memoria musical a través de imágenes, tecnologías y prácticas colaborativas. Veremos así el cruce entre la vida de lo fonográfico y la de las representaciones visuales, describiendo cambios, persistencias y sus efectos en la construcción de una memoria colectiva.

Marco teórico

Las mediatizaciones en general han sido objeto de estudio de la semiótica desde hace tiempo, especialmente encolumnada en Argentina detrás de la figura de Eliseo Verón. En Europa supo concentrar la atención de investigadores tales como Friedrich Krotz, Andreas Hepp y Stig Hjarvard (Scolari et al., 2024) que se han acercado principalmente desde diversas tradiciones del amplio espectro de la sociología de la comunicación. Se trata así de un campo relativamente desarticulado, en el que:

...la fragmentación adopta la forma de una compleja constelación de sentidos que se extiende a través de procesos que involucran, entre otros conceptos y sus relativos contextos sociales, a términos como medios, mediación, medios de comunicación, nuevos medios, redes sociales, transmisión, plataformas de medios e interfaces. (Scolari et al., 2024, p. 5)

La principal diferencia entre investigadores del mismo continente y entre continentes tiene que ver con que:

...la afluencia de ideas procedentes de la antropología estructural, la semiótica, la teoría crítica y el marxismo entre los académicos latinoamericanos ha seguido una ruta algo diferente a la de Europa. El legado del estructuralismo y el marxismo en Europa ha filtrado, dentro de la investigación de los medios y la comunicación, a través de los estudios culturales británicos, una tradición de investigación que se ha bifurcado en la década de 1990 y principios de 2000. (Bolin et al., 2024, p. 14)

Según los mismos autores, esto desvanece las ideas originales “en beneficio de enfoques menos críticos en los que los potenciales radicales de los primeros Estudios Culturales británicos se han visto influidos por posturas norteamericanas más afirmativas de la cultura popular y la resistencia cotidiana” (Bolin et al., 2024, p. 14).

Dentro de ese complejo universo, siguiendo a José Luis Fernández (2024), entendemos que la mediatización es “todo sistema de intercambio discursivo con soporte tecnológico más allá (o más acá) del contacto cara a cara, atravesado y constituido por diferentes géneros y estilos,

destinado a los más diversos usos y experiencias de la vida sociocultural" (p. 26). Así, para dar cuenta de un fenómeno mediático, como es el caso de lo visual y lo sonoro que nos ocupa, es necesario reconstruir de manera específica la historia de cada una de esas series, para dar cuenta de *lo novedoso*, pero también de lo que no lo es. A esto lo denominamos análisis semiohistórico (Fernández, 2018; 2023).

En Fernández et al. (2008) se propone una periodización para el análisis de la visualidad de lo fonográfico que abarca una primera etapa de imágenes abstractas desde finales del siglo XIX hasta las primeras décadas del XX. Otra hasta mediados de la década del 50 de hipovisualidad y una tercera desde ese momento hasta el presente, de hipervisualidad, que incluye al *videoclip* y lo que serían luego las redes sociales. Si bien es discutible y tiene sus problemas, este ordenamiento permite establecer diferentes formas de memoria visual y agregarle lo ocurrido en los últimos 20 años. En ese sentido, respecto de la construcción de memoria seguimos entonces las propuestas de Koldobsky (2014) y Vargas (2021). Para este último, respecto de los colectivos de producción de música, en las redes sociales, se construyen espacios de memoria:

...comunicativa en tanto mantienen contacto cotidiano con seguidores a partir de una temporalidad eminentemente difusa. Mientras que sus rasgos de memoria cultural residen en el potencial simbólico de la propuesta visual de la plataforma, por ejemplo, a través de las características de su isólogo y su presencia dentro del perfil de usuario. (p. 32)

Los inicios de lo fonográfico

Las primeras imágenes que acompañaron la llegada del fonógrafo son descritas por Fernández et al. (2008) como una primera etapa de búsqueda de abstracción. Para estos últimos acompañando el proceso de abstracción que suponía escuchar el sonido despegado de su fuente. Videla (2009) agrega que, si bien eso es cierto, los primeros avisos en Argentina construían también la idea de un público para la escucha (Figura 1). Existían avisos que mostraban el aparato y otros que proponían la idea de tener el teatro en casa y al fonógrafo en el centro del escenario, para una audiencia teatral. Se habla del momento en que el primer objeto físico de intercambio musical mediatizado fue el cilindro de cera o estaño que daría lugar luego al disco.

El tamaño de los cilindros fue el que creó la unidad discursiva *canción* (Bertetti, 2009), de alrededor de tres minutos, a la que rápidamente se adaptaron los géneros populares impulsando los procesos industriales. No es hasta mediados del siglo pasado que el invento de la empresa Columbia, el disco de vinilo más duradero y con microsurcos, que permitían multiplicar por diez los tiempos de grabación, generase una nueva unidad discursiva: el álbum. Al mismo tiempo creó un espacio para la imagen no necesariamente aprovechado: la etiqueta de los cilindros y los discos. Fernández et al. (2008) muestran que, si bien hubo algunos desarrollos pictóricos sencillos, lo que primó fue solo el uso de letras para cumplir con la información sobre el contenido.

La música fue una de las industrias culturales más importantes del siglo XX e hizo posible la construcción de diversos tipos de memoria a través de los archivos: los institucionales, privados o públicos, y los individuales (Koldobsky, 2016). Entre los primeros, se encontraban los sellos discográficos -constructores de catálogos musicales por autor o género- y los medios masivos, que ofrecían música en su programación. Por otro lado, los archivos musicales públicos o privados, en general con fines académicos y educativos, y especializados en ciertos géneros o autores. Entre los archivos individuales se encuentran las discotecas personales, de tamaño y especialización variables, pueden organizarse en general no sistemáticamente ni catalogadas (hay organizaciones *sui generis*, o por autor, género o estilo fundamentalmente). "En ellas la selección es producto del

gusto y puede o no indicar especialización o expertise musical, lo que hace que tengan un importante componente de variación, que puede incluir criterios diversos de búsqueda y acopio, entre los cuales pueden estar presentes objetos curiosos o incluso avergonzantes, junto a material no elegido, como la música regalada por terceros. “Estos aspectos hacen de la discoteca personal una colección antes que un archivo, aunque, como sabemos, cuando esa colección adquiere visos de colecciónismo, los criterios de búsqueda y selección pueden involucrar un alto grado de obsesividad” (Koldobsky, 2016, p. 32).

Figura 1

De izquierda a derecha, dos avisos en la revista *Caras y Caretas* de 1898. El tercero es un aviso de la revista *PBT* de 1906



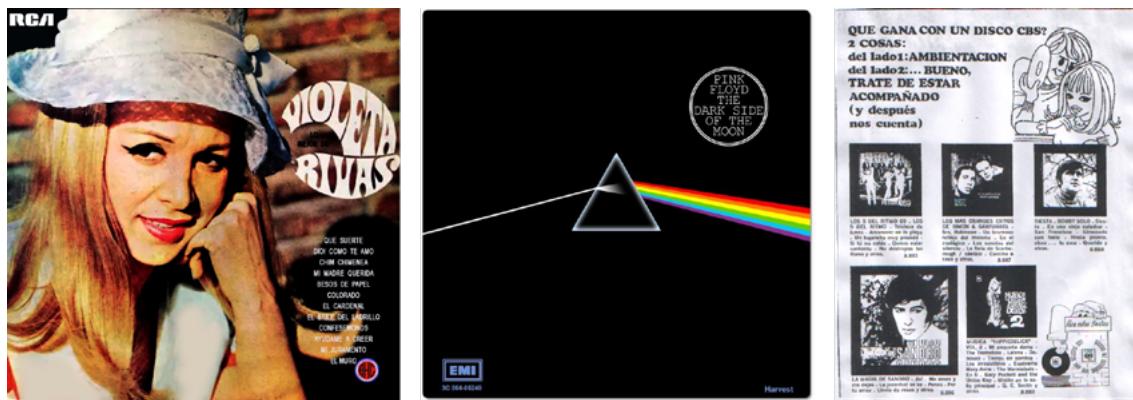
Con el pasaje a la digitalización y la convivencia del *broadcasting* con el *networking* a partir de inicios del siglo XXI, los archivos materiales cuyo formato era el disco y que, como las bibliotecas, ocupaban un espacio material, se convirtieron en *tracks* y *files*, en un principio para ser guardados en computadoras personales. Además del peer to peer para el intercambio y consumo de música, emergieron las plataformas mediáticas, es decir, las interfaces de las redes sociales, páginas, sitios web y aplicaciones que actúan como espacios-soporte de diversos sistemas de intercambio mediatizado, que en la vida contemporánea funcionan como nuestro contexto (Fernández, 2018). Es decir, además de la desmaterialización, con el avance de la conexión a ellas el consumo fue abandonando la descarga para consolidar el uso del streaming, en plataformas muy diversas, entre las cuales YouTube y Spotify se mantienen como dominantes (Fernández y Videla, 2023).

En Zelcer et al. (2023), la curaduría se concibe como un conjunto de operaciones que se realizan con textos preexistentes: las operaciones de selección y disposición. Los autores dan cuenta de que estos tienen algún tipo de efecto o incidencia en la discursividad, con relación a cuánto valor le agregan o no, para, identificar estos criterios principales de los algoritmos de *machine learning* en los sistemas de recomendación que afirman que lo hacen bajo la premisa de poder distinguir *lo más valioso* de lo que no lo es.

Esa selección de objetos que se empezaron a guardar y catalogar estuvo acompañada de desarrollos visuales más sofisticados tanto en la comunicación publicitaria como en los *packagings* y el *retail* (Figura 2). Crece lo mostrable y aparece como central el rostro de los artistas en las tapas de discos y en la publicidad, que, como marcan Lapuente y Videla (2008), aparecían bajo la forma de catálogo o de destaque del artista.

Figura 2

Tapas de discos de Violeta Rivas (1969) y Pink Floyd (1973) y aviso en revista de compañía discográfica de 1969.



Con la masificación del casete y de los grabadores de *doble caseteta* en los años 80 y 90 se expandió la práctica de compilar música de diferentes autores u obras del mismo autor en colecciones de hasta 45 minutos por lado. Esta curaduría abarcaba desde la selección de las canciones más populares, grabadas de la radio, hasta aquellas que se *escogían* para una persona especial. Esta práctica derivó en la descarga y guardado de archivos MP3 en CDs primero y luego en memorias tipo EPROM¹ para compartir con personas cercanas y en diversos tipos de reproductores. Para los años 90, los dispositivos digitales trajeron un cambio en la escucha: el orden en el que aparecen las canciones se puede manipular por azar, cambiando el sentido o la propuesta de la guarda o el curado original. Si el casete o el disco imponen un orden secuencial a la escucha, los dispositivos digitales posteriores al CD otorgan al receptor el poder de generar una experiencia de secuencias no prevista desde la producción. Este proceso fue acompañado por un desarrollo visual destacado: los sobres de los discos y los libros que acompañaban a los cassetes y CDs con fuerte presencia fotográfica y las letras de las canciones.

Desde los inicios de la cinematografía sonora, los films con músicos ocuparon un lugar importante, ya sea por el foco en la promoción de canciones, la propuesta de comedia musical o de baile, o por la presencia simplemente de músicos en su elenco principal (Koldobsky, 2008). En ese sentido, el videoclip es un ejemplo del funcionamiento del *broadcasting* con intervención de las grandes productoras y discográficas de la industria musical del siglo XX (Koldobsky, 2014). Nacido como instrumento publicitario de un nuevo tema musical, tiene hoy una historia como género audiovisual cuya particularidad es que se constituye como discurso audiovisual a partir de un tema musical preexistente. No es de extrañar entonces que ese camino lleve incluso a prácticas de apropiación y expansión de los nativos. Con el avance de este siglo, los usuarios/fans se han convertido también en productores de contenidos (por lo menos en el sentido de la selección, edición y subida de los videos musicales). Esto es la base del funcionamiento *muchos-a-muchos*,

1 En la actualidad, la más popular de este tipo es el Flash-USB

que la organización reticular de los nuevos medios permite, se presenta como una gran novedad respecto “del clásico paradigma *uno-a-muchos* del broadcasting sobre el que se asentaban las viejas teorías de la comunicación de masas” (Scolari, 2010, p. 92).

Hasta la expansión de las videocaseteras hogareñas se trataba de una memoria efímera. Con ellas empieza a funcionar algo que Carlón (2002) nos recuerda que lo fotográfico corta, congela, un instante pero que el video:

...grabado nos contacta con un mundo de sombras habitado por fantasmas (muertos que hablan desde donde ya no están o que se desplazan con las marcas del «estar vivo» e incluso, nos interlan) [y] que en cualquier momento, por otra parte, podemos visitar y habitar. (p.5)

Estamos frente a una memoria a la que podemos volver y que ofrece una materialidad más parecida a la de nuestros recuerdos.

Así podemos encontrar que en la primera etapa se construyó una memoria vinculada a las formas de uso, que abrió las puertas a una memoria que podríamos llamar propia de la *industria musical*. Una memoria alrededor de la fijación del rostro del sistema de figuras de admiración.

De la hipervisualidad de lo fonográfico a las plataformas

Fernández et al. (2008) hablan de la hipervisualidad:

...porque en este período que avanza desde finales de los cincuenta tiene lugar la aparición del fenómeno del arte de las tapas de discos. No se presenta la compañía en primer plano, sino que comienza a gestarse la individualidad del músico pero ya relacionada con rasgos propios del género o del estilo de referencia y se abre la posibilidad al retrato y a todas sus estilizaciones, se muestran otros géneros y las tapas tienden a ser atravesadas por la fuerza de los estilos de época (como el Pop y el Op Art). (p. 35)

A pesar de que se trató siempre de un medio carente de visualidad, esa oferta de ordenamiento de contenidos fue acompañada desde sus inicios con una multiplicidad de imágenes. Ya sea en la gráfica, con las fotos de los músicos, los avisos publicitarios o los centros y sobres de discos, con variedades de motivos y estilos, o en el cine con los largometrajes de canciones.

Con el avance de las plataformas digitales y las aplicaciones de edición, para López-Cano (2018) este proceso, que incluye fuertemente la intervención de los usuarios en la actualidad, da lugar a producciones discursivas que agregan visualidad a la música y musicalidad a fenómenos visuales no musicales en su origen. *Tik Tok*, *Reels de IG* y *Snapchat* se llenan, por caso, de videos que juegan animando fragmentos combinados de canciones, con performances ilustrativas o con coreografías.

Este camino hace posible también el desarrollo de presentaciones experimentales en plataformas no diseñadas para lo musical. Diego Maté (2021) hace un recorrido sobre estudios y casos ocurridos en el universo del *gaming* dando cuenta de su creciente inserción en la vida social. Más allá del éxito relativo que hubieran tenido los intentos, su implementación implica siempre juegos de tensiones entre adaptarse al dispositivo o imponer las propias restricciones (Videla, 2023).

Entre 2022 y 2024, se desarrollaron más de 25 presentaciones de músicos en la plataforma de juegos *Fortnite*. La primera fue un show del DJ estadounidense *Marshmello*, quien en un entorno creado ad hoc en el territorio del software ofreció un set de 10 minutos. Para acceder había que entrar a la plataforma y allí se podía ver un escenario equivalente al de la presentación en vivo con las bandejas del músico en el centro. A la hora pactada, un personaje del juego caracterizado con la máscara del intérprete se hizo cargo del show, con audio en vivo, incitando a los participantes del juego a bailar con él. Una experiencia particular en la que cada jugador podía elegir el punto de vista del espectáculo y hacer algún tipo de baile (de los que su skin realiza si gana una partida).

Esta experiencia ha tomado diversas formas. El rapero estadounidense *Travis Scott* se hizo un personaje que mide 20 veces lo que un avatar usual, que solo se mueve en el terreno haciendo poses *hiphoperas*, pero sin cantar, con su música de fondo. La productora discográfica *Major Lazer* eligió poner una pantalla suspendida en el juego en la que se los ve ejecutando su música en un espacio pequeño, en vivo en la vida real afuera del juego. Una estrategia usada por varios artistas como *Charlie Puth* que lo hizo desde un escenario real y con multicámaras. Incluso *J Balvin* apareció con su propia figura *live action* haciendo su performance en el juego. Esto nos permite ver tres modos de articulación:

- Transposición simple: formas en las que el video tradicional del show aparece en el juego (los casos citados de *Major Lazer* y *J Balvin*).
- Integración simple: el músico es un personaje del juego que realiza movimientos aleatorios del juego mientras se oye su música en vivo y le habla a los jugadores. (como las presentaciones de *Travis Scott* y la de *Ariana Grande* que parece estar realizando una misión mientras canta).
- Integración enriquecedora: es cuando la performance toma cosas que el artista no puede hacer en vivo y que no reconocen prácticas previas y el juego es llevado a hacer algo no previsto. Es el caso del show de *Karol G*, que encarna un personaje que hace movimientos no estipulados en los otros personajes, mientras canta proponiendo diferentes misiones (una es subida a un auto que debe ser perseguido durante el show por todos los jugadores) en las que no parece estar cantando en vivo y sin interacción tradicional con los fans.

Este ordenamiento permite también pensar respecto de los festivales en vivo organizados por *TikTok* denominados *#SuenaEnTikTok*, entre 2020 y 2023. En parte por las restricciones por la pandemia de COVID-19, se organizó una serie de conciertos breves en los que los músicos ejecutaban sus canciones en diversos formatos intimistas. La posición de cámara fija, equivalente al vivo tradicional del celular y, según el intérprete, un mayor o menor cuidado del sonido. Aquí también hubo efectos de *transposición simple*, en los que se realizaba un show semiacústico como los de *MTV* de los años 90, con escenografías ad hoc. Hubo algunas *integraciones simples* en las que el músico, instrumento en mano, hacía un vivo más parecido a los vivos tradicionales de las plataformas y algunas integraciones enriquecedoras en las que se proponía una suerte de videoclip vertical sofisticado en el que se integraba en el fondo del video, en vivo, la cantidad de *Me gusta* y los comentarios, como ocurrió en el show de *The Weeknd*, en 2020.

Estos movimientos llevan a la generación de memorias intersticiales, en las que lo musical se mete en resquicios de producciones audiovisuales ligadas a lo experiencial. Todo el tiempo tensionando las vidas online y offline.

Mientras las redes sociales proponen interacciones equivalentes a la vida en un bar (espiar las conversaciones de otro, retomar la palabra de otro para hacerla propia, intervenir en discusiones), las plataformas musicales están más cerca de asemejarse al retail de la industria musical de principios del siglo. Las bateas de las casas de música eran un gran catálogo en el que el artista se mostraba a través de las tapas de sus discos.

Esa posición los lleva a dar cuenta de que “las interfaces de las plataformas parecen, de algún modo, aproximarse más al cubo blanco: las obras son nómades, las plataformas las presentan y las organizan” (Fernández, 2023, p.2). Para el caso de Spotify, la selección y disposición algorítmica marca ya ciertos vectores organizativos, que habitualmente se evidencian en agrupamientos de las obras recomendadas; en otros, el efecto del *cubo blanco* es más fuerte (*YouTube*). En ese sentido, la *personalización* que proponen los sistemas de recomendación opera primordialmente sobre los contenidos, antes que sobre esas interfaces o funcionalidades. Así, la curaduría digital es una forma de organización en formatos del sistema discursivo, que veremos luego con las *playlists* y sus efectos en las prácticas sociales de consumo. En todas ellas veremos recuadros en los que se proponen artistas o canciones.

También se recupera la escucha de la muestra de canciones, ya no con desplazamientos físicos, pero sí con acciones (clic sobre la imagen del disco). También se aprecian cambios en tres ejes: la oferta ahora es individualizante (cada usuario la puede ver de manera única), se la presenta más acotada (no hay que atravesar el folklore, el jazz, el bolero y el pop para llegar al rock, porque la lupa de búsqueda devuelve eso que se persigue) y el rostro gana la escena (siempre hay imágenes del músico). Es decir, que proponen contratos de interacción que invitan al diseño de esas experiencias.

Si hay un sistema sociocultural en el que se están produciendo cuestionamientos a las fronteras sobre los géneros y estilos musicales, es en el de lo musical y su/s industria/s. También desde el universo de las plataformas en streaming especializadas en lo musical se cuestiona la capacidad de la industria musical, soportada mediáticamente por los medios masivos, para copar las nuevas circulaciones de plataformas. (Fernández, 2024, p. 102).

La figura del algoritmo en la curaduría de la escucha adquiere para Angulo Granda (2022) el efecto de antropomorfización que lleva a los usuarios a adjudicar a la plataforma el poder de comprenderlos. Así el usuario suele enfrentar una interfaz individualizante. “En la actualidad, las plataformas musicales parecen retomar la propuesta de acceso a la visualidad de lo musical en mosaico/catálogo” (Fernández y Videla, 2023, p. 19). La propuesta es una experiencia que tiende a parecer única por la acumulación de selecciones y consumos que entrena al algoritmo de recomendación.

Las plataformas musicales sofisticaron aún más esta modalidad permitiendo el armado de listas de reproducción en el dispositivo, e incluso de forma colaborativa entre usuarios. El resultado: una propuesta en la que conviven aspectos institucionales (las seleccionadas por las plataformas), relaciones (playlist personales, pero públicas), e hiperindividuales (la selección para la escucha en soledad) (Fernández, 2021). Es una modalidad que “limita el poder de los intermediarios y genera nuevas redes y comunidades de gustos” (Koldobsky, 2016, p. 70). Estamos dando cuenta de un poderoso archivo expandible. Se trata de formas curatoriales que antes no podían estar presentes en las mediatizaciones previas. No solo porque la playlist se puede compartir, sino

porque se puede abrir a generar una selección colaborativa al interior de grupos cercanos o abrir la comunidad. Una modalidad en la que conviven entonces las opciones que proponen las plataformas, con estas realizadas por el usuario.

Es importante atender a la variedad de estas ofertas al interior de cada plataforma, como entre ellas. Por ejemplo, en Spotify se articulan propuestas ordenadas por temporalidad (música de los 90), por estilo/género musical, por estados de ánimo, por actividad (para correr, para cocinar, para el almuerzo) y por novedad. Su más reciente propuesta es la curaduría en vivo personalizada a través de DJ. Esta es una Inteligencia Artificial (IA) que selecciona en base a combinar los gustos del usuario con los ordenamientos de las playlist. Es una interfaz auditiva, en la que la DJ nos dice que *nos entiende o que nos va a sorprender* con la próxima canción.

En Fernández y Videla (2023) se pone el acento en los modos en los que el rostro del artista aparece en las playlists. Massimo Leone (2021) recuerda que los dispositivos que “representan el rostro no son realmente la parte del cuerpo en sí, sino sólo una representación del mismo”. Sin embargo, las representaciones faciales son como son, no sólo por razones estilísticas, sino también porque se refieren a distintas culturas” (p.203). En las playlist aparece el artista representado con o sin rostro, posando o haciendo algo, es parte de una serie de verosímiles genérico-estilísticos que venimos describiendo respecto de las vidas de lo fonográfico. Por caso, predomina la foto en pose casual, con juegos de sobreimpresos (Nombre de un género, nacionalidad que representa). Suelen convivir *collages* de fotos de varios artistas, especialmente en las generadas por usuarios.

Videla (2019) observa que con la aparición de las plataformas digitales y las redes sociales, la imagen del músico pasó a estar atravesada por la relación entre lo público y lo íntimo respecto de si se mostraba o no al músico. Desde allí se propuso el siguiente cuadro de ocho posiciones que permiten clasificar los tipos de imágenes:

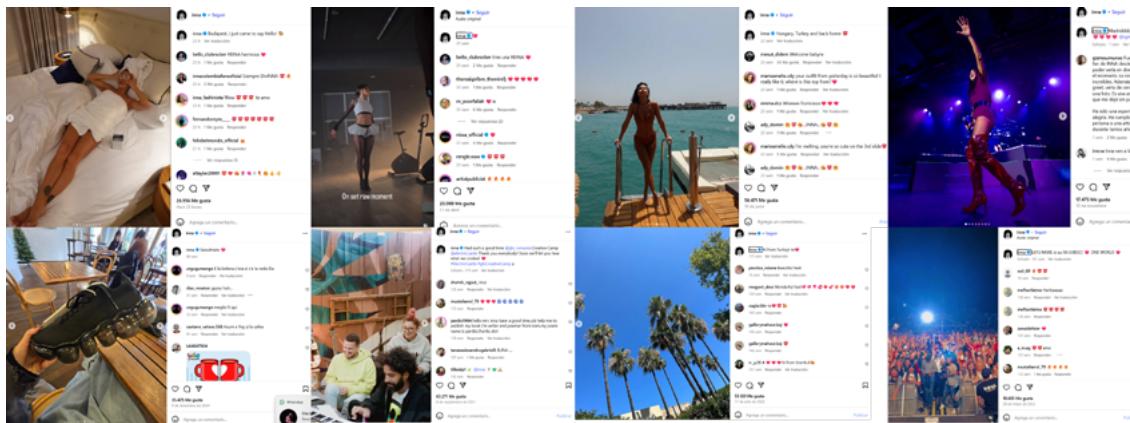
Tabla 1
Grilla de clasificación de tipos de imágenes (Videla, 2019)

		Tematización			
		La intimidad		Lo público	
		Del músico	De la música	Del músico	De la música
Punto de vista	Se ve al músico	1- Imagen estilo paparazzi	2- Imagen tipo periodista especializado	3- Imagen tipo vida del músico	4- Imagen estilo fan
	No se ve al músico	5- Imagen tipo espía	6- Imagen estilo fan privilegiado	7- Imagen estilo nativo de redes	8- Imagen estilo periodista general

En Videla (2019) se explica que la intimidad es aquello que ocurre en el ámbito de lo privado, pero que no es de acceso público. El espacio de la sala de ensayo o el *backstage* es íntimo, el del escenario es público. Hablamos de que se tematiza la música cuando las imágenes muestran al músico haciendo música, hablamos de que se tematiza al músico, cuando se lo muestra o se sugiere algo que tiene que ver con su vida no *musical* (Figura 3).

Figura 3

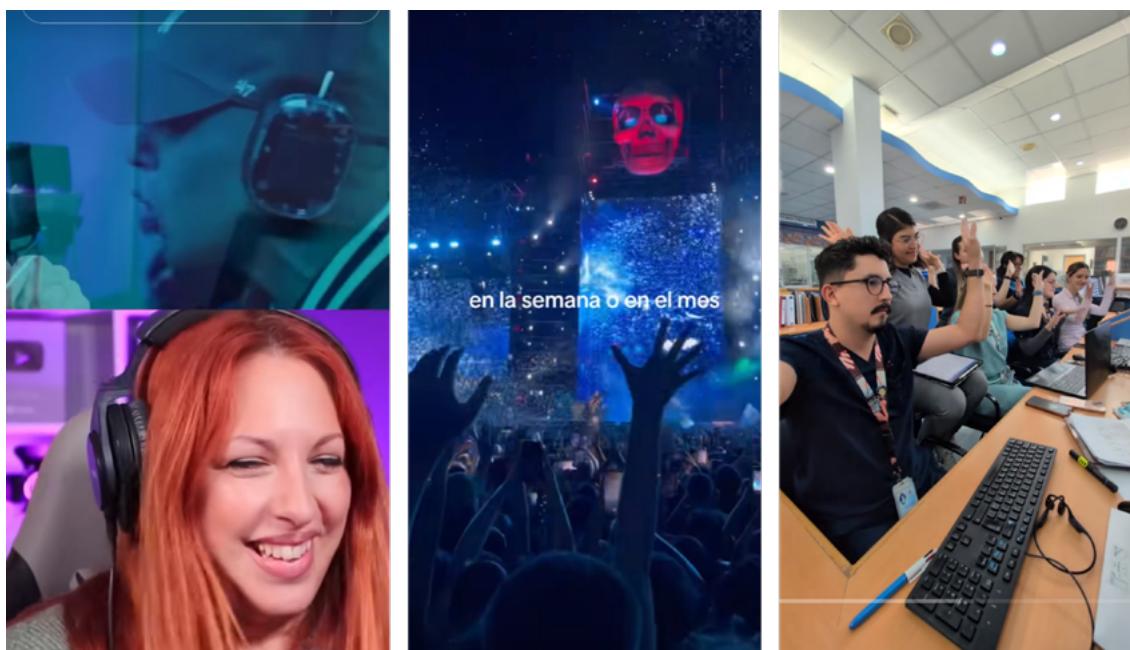
De izquierda a derecha y de arriba abajo los modos 1 a 8 de la grilla tomados del Instagram de @inna, una artista pop rumana. En las de arriba se ve al músico. En la primera se ve la intimidad del músico, en la segunda la intimidad de su práctica como músico (intimidad de la música). En la tercera se tematiza su vida en un espacio público, en la cuarta en el espacio público haciendo música. En las de abajo debe leerse igual, pero no se ve al artista.



A esto debe agregarse que también se expandió la posibilidad de que las imágenes de los fans adquieran visibilidad pública. Las redes sociales permitieron que el músico tuviera el control (o tuviera el efecto de tener el control) de lo que se muestra. Pero también hicieron que las escenas privadas o íntimas de formas de escucha (individual o en pequeños grupos) accedieran a una visibilidad pública ilimitada (Figura 4). Se permite así la construcción de una memoria íntima, pero de visibilidad pública ligada al consumo de lo musical.

Figura 4

De izquierda a derecha, un fragmento de posteos de @cecirdovervocals, @camisamudio y @dr.blancod en los que se muestran criticando, consumiendo y bailando música.



Finalmente, el recorrido nos permite también pensar la siguiente relación entre el desarrollo fonográfico, el desarrollo de su visualidad y el tipo de memoria construida:

Tabla 2

Síntesis del desarrollo de tipos de memoria en función de las etapas técnicas (Cuadro de elaboración propia)

Etapa tecnológica	Etapa de visualidad	Imágenes dominantes	Tipo de memoria
Inicial fonográfica	Abstracción	Escenas de uso	Abstracta de prácticas de uso colectivas
Del fonógrafo al long play	Hipovisualidad	Motivos abstractos Rostros de artistas sin cuerpo	Memoria de sonidos y poca imagen
Del long play a la digitalización	Hipervisualidad	Films con músicos y musicales, Videoclips, Rostros de artistas en pose	Memoria de la industria musical
Desde la digitalización hasta las plataformas	Omnivisualidad	Imágenes de consumo de música y producciones hiperestetizadas o cotidianas de músicos. Imágenes en contexto intersticiales	Memoria intersticiales. Memoria íntima en el dominio público

Conclusiones

El recorrido propuesto permite ver que la visualidad de lo fonográfico constituye un espacio privilegiado para entender las complejas articulaciones entre memoria individual y memoria colectiva en torno a la experiencia musical contemporánea. El recorrido propuesto facilita dilucidar cómo las formas de la mediatización del sonido fueron redefiniendo la relación entre los nativos y la música, no solo en términos de escucha sino también a través de la apropiación visual, la circulación, y la *puesta en escena* de diversos tipos de memoria.

El tránsito desde el cilindro y el disco hacia plataformas de streaming revela cambios en la manera de organizar, compartir y recordar la música, en la que la curaduría -tanto humana como algorítmica- actúa en la conformación de archivos personales y colectivos. Este desplazamiento ha permitido que el usuario ya no sea un mero receptor, sino también productor, curador y agente activo en la memoria musical, especialmente a partir de prácticas colaborativas en playlist, festivales digitales y experiencias inmersivas, como las presentaciones musicales dentro de plataformas de gaming o redes sociales.

El análisis semiohistórico enfocado aquí sugiere que la memoria de imágenes ligadas a lo fonográfico, lejos de ser un proceso lineal o cerrado, se configura como un campo en permanente renegociación entre pasado y presente, entre lo privado y lo público, y entre las diversas materialidades que adquiere. La multiplicidad de prácticas y formatos invita a pensar la memoria musical contemporánea en clave plural, considerando los aportes de la producción visual, las tecnologías emergentes y las dinámicas comunitarias colaborativas.

Entendemos que este trabajo abre la puerta a futuras investigaciones que aborden de modo interdisciplinario los procesos de memoria musical en entornos digitales, atendiendo al diseño de experiencias, contratos de interacción, lógicas de archivo y prácticas curatoriales colaborativas. Solo así se podrá comprender en profundidad cómo las visualidades fonográficas intervienen en la construcción y resignificación de recuerdos musicales, proyectando nuevos sentidos y desafíos para la cultura de plataformas y los estudios sonoros en la contemporaneidad.

Referencias

- Angulo Granda, A. (2022). La interfaz como espacio de mediatización musical en YouTube. *Hipertext.net*, (25), 101-111. <http://dx.doi.org/10.31009/hipertext.net.2022.i25.10>
- Bertetti, P. (2009). La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica. En Carlón, M. y Scolari, C. *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía.
- Bolin, G., Ferreira, J., Löfgren, I., y Machado da Silveira, A. C. (2024). *Mediations North and South Epistemological and Empirical Perspectives*. Södertörn University. <https://midiaticom.org/mediations-north-south-epistemological-and-empirical-perspectives-from-sweden-and-brazil/>
- Carlón, M. (28-31 de agosto de 2002). *El muerto, el fantasma y el que está vivo en los lenguajes contemporáneos* [Ponencia]. V Congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica "Semióticas de la vida cotidiana", Buenos Aires, Argentina.
- Fernández, J. L., y Equipo UBACyT S024 - Subgrupo Fonógrafo. (2008). Momentos de visualidad en lo fonográfico. En LIS. *Letra, imagen y sonido* nro. 2.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. La Crujía.
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas*. La Crujía.
- Fernández, J. L. (2023). *Una mecánica metodológica*. La Crujía.
- Fernández, J. L. (2024). *Las 4 revoluciones invisibles*. SB editorial.
- Fernández, J. L., y Videla, S. (2023). La representación del músico en las plataformas musicales. En Fernández, J. L., Voto, C., Soro, E. y Leone, M. *Rostropías. Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales*. Aracne.
- Koldobsky, D. (2008). El fonografismo visto desde el cine: música, baile y visualidad del artista. *Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada*, (1), 105-114. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5837776.pdf>
- Koldobsky, D. (2014). "Videos musicales y Youtube: escuchar, ver y hablar de música". En Fernández, J. L. (ed.) *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. La Crujía.
- Koldobsky, D. (2016). Mediatización de la música y memoria: de las partituras a los archivos de red. *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos*, 59-76. https://cim.unr.edu.ar/assets/archivos/cuadernodelcim_4_nuevas_meditazaciones_nuevos_publicos.pdf
- Lapuente, M., y Videla, S. (2008). Construcciones gráficas de instituciones fonográficas. *Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada*, (1), 115-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5837764>

- Leone, M. (2021). Mala cara: normalidad y alteridad en la percepción y en la representación del rostro humano. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (30), 191-211. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7712736.pdf>
- López-Cano, R. (2018). *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital*. Musikeon.
- Maté, D. (2021). Game studies: apuntes para un estado de la cuestión. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (98), 19-35. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi98.3967>
- Scolari, C. (2010). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa editorial.
- Scolari, C., Fernández, J. L., y Rodríguez-Amat, J. (2024). *Mediatización(es). Conversaciones teóricas entre Europa y América Latina*. Friedrich Ebert Stiftung.
- Vargas, E. (2021). Memoria digital: Jams de Black Music de Buenos Aires. Trayectoria y particularidades del caso Afromama. *Artilugio*, (7), 169-190. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8857861.pdf>
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2 (The social semiosis 2)*. Gedisa editorial.
- Videla, S. (2009). Del juguete sonoro al teatro en casa. Los inicios del fonografismo en la ciudad de Buenos Aires. *Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada*, (3), 45-58. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5837660.pdf>
- Videla, S. (2019). La construcción estilística del músico en plataformas. En Traversa, O. y Fernández, M. *Mediatizaciones: territorios y segmentaciones*. UNR Editora.
- Videla, S. (2023). TIK TOK en confinamiento: análisis de los efectos de la pandemia de COVID-19 en las formas de producción de contenido. En AAVV *Mediatizaciones en Pandemia*. Editorial Carrera Comunicación UBA.
- Videla, S. (2025). Sistemas de intercambio en plataformas entre músicos y fans (Exchanging systems between musicians and fans) En Videla, S. y Dalmolin, A. *Investigar en plataformas mediáticas desde América Latina. Um estado de situação é uma ferramenta para o diálogo*. (Researching Media Platforms from Latin America: A State of the Situation and a Tool for Dialogue). Editorial UFSM. <https://www.ufsm.br/editoras/facos/investigar-en-plataformas-mediaticas-desde-america-latina-um-estado-de-situacao-e-uma-ferramenta-para-o-dialogo>
- Zelcer, M., Cingolani, G., y Koldobsky, D. (15-18 de agosto de 2023). *Sistemas de recomendación y curaduría automatizada* [Ponencia]. Simpósio de Semiótica de los Algoritmos, XI Congreso Argentino de Semiótica 2023, Buenos Aires, Argentina