

**José Luis Fernández**

*Las cuatro revoluciones invisibles*

Buenos Aires: EditorialSB, 2024, 208 páginas

ISBN: 978-631-6593-51-1

**DOI:** <https://doi.org/10.26422/aucom.2025.1403.vid>

**Fecha de publicación:** 3 de julio de 2025.



## **La invisible persistencia de la figura del audionauta**

El estudio de las mediatizaciones del sonido ha sido en general un tipo de investigaciones relativamente marginal. El investigador argentino José Luis Fernández propone una mirada que ubica a su estudio y a sus efectos como un fenómeno de consecuencias estructurales. El libro trata sobre la reconstrucción de la figura del audionauta como eje central de cuatro revoluciones sucedidas en el último siglo y medio. Esto le permite establecer que cierto conjunto de prácticas sociales que desarrollan a partir del consumo de la radio y lo fonográfico están en la base de operaciones que realizan los internautas en la actualidad.

En el libro se propone recorrer la figura novedosa y poco trabajada del audionauta como base para la comprensión de los usuarios de las plataformas mediáticas actuales. Esta figura es, para Fernández, una compleja posición en los sistemas de intercambio, que define como “militante de la revolución permanente, dispuesto a seguir adaptándose y resignificando a los intercambios en los ecosistemas mediáticos que se presenten” (p. 122) Lo hace porque ve en él, al resultado de años de adaptación a todos los cambios propuestos por los medios de sonido y las industrias radiofónicas y fonográficas, con relación a la vida itinerante en las urbes. “De allí vienen las habilidades para articular cápsulas genéricas, el hábito de aceptar discursos sin un sentido general, narrativo o argumentativo, y los diversos tipos de escuchas, individual y grupal, en diferentes tipos de movilidades. Una actividad articuladora de alta complejidad, pero accesible a cualquier nivel de escolarización” (p. 112) que está en la base de las conductas del nativo en internet.

Los avances derivados del transistor en la primera mitad del siglo pasado y del microchip y la digitalización en la segunda mitad e inicios de este siglo han estado por delante de todas las industrias culturales. Fernández muestra que es la industria musical la que enfrenta siempre (de manera más o menos conflictiva) a estos cambios y los metaboliza con relativa rapidez. Ante la amenaza del *sharing* del mp3 apareció el *streaming* no como una oferta aislada, sino como un sistema de propuestas.

El libro nos ofrece una mirada sobre cuatro revoluciones. La primera es la de la aparición de lo que llama *una mediatización sin historia*. Mientras lo visual permite rastrear antecedentes hasta las pinturas rupestres, lo sonoro mediatizado reconoce registros más cercanos. Su novedad relativa pone en evidencia la complejidad *sígnica* porque la “mediatización del sonido captura, transporta y/o fija un aspecto material (de materialidad muy abstracta), que no es modificada materialmente, salvo en su aislamiento de la fuente” (p. 25). Se trata de una mediatización que introdujo la novedad de modalizaciones que permiten el salto espacial, temporal y especialmente espacial en tiempo real de los contenidos. Tuvo un impacto cultural tal que fue la que ensanchó el universo de géneros informativos y la música popular.

La segunda revolución es la de masas, que fue guiada/acompañada por la expansión de los fenómenos radiofónicos. Es que luego de presentar un informe de UNICEF sobre la penetración en hogares de la radio, en diversos contextos geográficos y de desarrollo, el autor se pregunta: “¿Se puede pensar en resultados más revolucionarios populares y democratizadores a nivel de las masas no escolarizadas que esa cobertura radiofónica y sus límites?” (p. 36), para luego responderse que si esta revolución no se percibe como tal por las ciencias sociales “habla de las dudas de las ciencias, más que de la maduración de las poblaciones como audiencias” (p. 37).

Ese amplio espectador radioescucha trae una complejidad para su estudio que se presenta como simplezas de materialidad (la radio como palabras, música y ruido) y se esconden posiciones sociales: “comprender qué es lo que escuchan las audiencias en la radio, el modo en que se describan sus textos no aparecería la imposibilidad de diferenciar esa práctica de recepción de la de escuchar música mientras se lee una revista de información general o, ahora, mientras se presta atención al smartphone. Los contenidos con los que se toma contacto en uno y en otro caso son los mismos, si se los clasifica desde el punto de vista del sentido común” (p. 43). Es que “algo importante viene ocurriendo en las audiencias, el no prestar atención a las

radiofónicas impedirá comprender las permanencias y las transformaciones de las mediatizaciones del presente en *postbroadcasting* y platáformico” (p. 69).

La tercera revolución es la de la música como cultura de masas que se describe como el espacio de luchas estilísticas que son, en definitiva, luchas políticas. El libro pone en evidencia que para un sistema como el capitalista, que tiende a la uniformidad y a la concentración en pocas manos, se hace posible que sistemas de intercambio comunicacionales como el *broadcasting* encuentre en lo musical una fisura que lo pone a prueba todo el tiempo.

El audionauta va a encontrar en este siempre propuestas novedosas, surgidas de intersticios del entramado mediático y sin que se lo prevea. Un niño que filmaba y editaba videos de encuentros de *freestyle* de rap en una plaza barrial logra gracias al desarrollo en una plataforma de video generar un cambio significativo en la forma de producir y consumir artistas consagrados. Hablamos pues de Bizarap quien al incorporar a sus *sessions* intérpretes de variados géneros y estilos “consigue efectos estilísticos transversales: Shakira fue muy rapera en su sesión con BZRP. Ese tipo de efecto lo había conseguido Astor Piazzola que consiguió que Gerry Mulligan y Milva sonaran absolutamente piazzolianos” (p. 121). Fernández muestra así un espacio de tensión entre lo local, lo internacional, lo masivo, lo popular y lo elitista.

Y finalmente la revolución permanente de los audionautas. Una revolución que se inició “cuando las audiencias se resistieron a aceptar lo que la industria del sonido/audio le propuso desde el principio: una escucha fija frente al aparato receptor” (p. 113). Una figura que, “como nadie, ocupa las dos posiciones de recepción auditiva que han sido descriptas para el conjunto de la audición: el oír y el escuchar, sea sobre los desechables textos radiofónicos, como sobre los muy respetados registros musicales fijados y que se aplican con múltiples alternancias individuales” (p. 126).

En esta sección se reconstruyen más de tres décadas de investigación de medios de sonido de forma individual y grupal, junto a fructíferas discusiones con autores como Marc Augé, Rudolph Arnheim, Umberto Eco, y Oscar Traversa. Pero por sobre todo exhibe los esfuerzos de establecer un modelo de comprensión de la huidiza figura del oyente radiofónico. Ya sea por métodos cualitativos, cuantitativos y/o mixtos. No suele ser común acceder a la cocina de un estudio de audiencias y este libro tiene la generosidad de compartirlo.

VIDELA

Es que “Detrás de cada auricular en movimiento, hay una discursividad que no sólo cuestiona al sistema, también puede producir una alternativa innovadora. En las y los audionautas están las claves para que la revolución permanente se haga evidente y se puedan discutir y diseñar en común sus desarrollos en el porvenir” (p. 191).

**Santiago Videla**

*Universidad de Buenos Aires-Universidad Nacional de Tres de Febrero.*

*Buenos Aires, Argentina*

<https://orcid.org/0000-0003-1769-0549>

[svidela@sociales.uba.ar](mailto:svidela@sociales.uba.ar)