



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 4º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[noviembre de 2000]

Estética en la comunicación audio

(3.115 palabras - 7 páginas)

Lic. Susana Sanguinetti de Brasesco ©

Profesora de la Universidad Nacional de Córdoba y de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)

Comprender que la transmisión de información para ser percibida por un solo sentido, el auditivo, se hace más efectivo cuando lo que se transmiten son mensajes estéticos lleva implícito una concepción de la comunicación que no admite escisiones entre sentido y forma. Pero además rinde cuenta de un planteamiento integral en la producción de mensajes sonoros.

Esa visión abarcadora del mensaje audio nos lleva por un doble camino a la hora de plasmar sentidos: la investigación temática y la investigación del lenguaje específico. Tal vez sea esta última tarea la más ardua, por la complejidad y dificultad que encierra plasmar ese lenguaje en forma estética.

Cuando nos referimos al lenguaje específico tenemos que saltar todas las barreras del preconcepto y admitir que en los lenguajes audiovisuales el hecho técnico posee su propia significación y se la imprime a los otros códigos en la lógica de ensamble, de montaje. Ese sentido impacta irremediabilmente en la concreción del mensaje.

El profesor Raymundo Mier, en su libro "Radiofonías: hacia una estética itinerante", al referirse al dispositivo técnico de la radio lo considera como: "Un repertorio de recursos, transformaciones, manipulaciones de los signos que intervienen en la transmisión radiofónica. Sería sin duda apresurado hablar de una gramática o de una retórica subyacente en el nivel técnico de la materia signica de los elementos de la cadena sonora. No obstante, es preciso admitir un conjunto no ordenado de reglas, no formales, establecidas mediante procedimientos heurísticos o saberes empíricos que imponen ya cierta taxonomía y cierta imagen de factibilidad a las operaciones a las que se presta la materia signica del dispositivo radiofónico." (pág. 38)

En una síntesis salvaje agregaríamos que el profesor Mier al enumerar esas operaciones tiene en cuenta:

- las que permiten la escucha simultanea de las cadenas sonoras
- la sobreposición, fusión, encadenamientos de las cadenas sonoras
- "el uso narrativo de onomatopeyas o sonidos diversos y la capacidad de conformar con éstos, planos de significación convencionales, inequívocos y generalizados". (pág. 39)

En este trabajo nos limitaremos a enfrentarnos solo con tres de los códigos del mensaje audio: la palabra, la música y los ruidos, unidad acústica potencialmente estética por su misma naturaleza, con musicalidad de tonos, timbre e intensidades en sus tres manifestaciones. Esos tres códigos responden en el plano del sentido como series superpuestas que transmiten el mensaje global.

Intentaremos un breve acercamiento a cada uno de ellos para así rendir cuenta de esa capacidad estética que le atribuimos.

Comenzaremos por los ruidos, o efectos sonoros en la jerga radiofónica, sonidos que son significantes puros, que remiten a ellos mismos. Los efectos sonoros definen, anclan su significado en la trama textual, acercando referentes, (podríamos decir con total irreverencia, casi como obviando la tríada de Pierce), en claros intentos de "otorgarle realidad" al mensaje, de explicar situaciones del contexto inmediato del discurso. Son también "alertas perceptuales" encargados de hacer retornar al discurso, al receptor de audio quien es definido y con razón como disperso. Es difícil captar su atención y más aún mantenerla. El efecto sonoro entonces apela al receptor, lo "toca" auditivamente, lo rescata, lo devuelve.

Existe también otra función del efecto sonoro, la estética, cuando introduce en el discurso audio todos aquellos sonidos que el receptor, percibe de su entorno en su vida cotidiana y los comprende y califica como bellos. Son en general los sonidos naturales (o creados) como los de la lluvia, el correr del agua, el crepitar del fuego, que le evocan situaciones generalmente placenteras.

Pero el efecto sonoro se dimensiona realmente en su función estética cuando se producen montajes sonoros, en donde la búsqueda en pos de un efecto, de una nota, de una voz, de un siseo han sido determinantes, en donde las operaciones de superposición, yuxtaposición o síntesis sonora han sido medidas casi milimétricamente. En ese todo sonoro el efecto "dice", señala, define, traza el camino de una historia; o la acompaña, la acompasa, la amansa, la embravece de forma tal que el mensaje se convierte en una verdadera creación estética auditiva.

Debemos, para poder avanzar con la exposición, plantear a qué le vamos a llamar estética en este trabajo. Hay mucho escrito al respecto. De esta multiplicidad conceptual tomaremos una posición que intenta ser simplificadora, y que posiblemente termine siendo simplista) apoyándonos en dos vertientes: Mucarosky y Umberto Eco.

Dice Mucarosky que el significado estético se encuentra impreso en la conciencia colectiva y lleva a grupos humanos que comparten la misma cultura en un determinado tiempo, a sentir placer perceptual ante determinados objetos visuales o acústicos. Si bien es cierto que existen significados estéticos personales que no coinciden con los colectivos eso no modifica la conciencia colectiva al menos en muy largos períodos de tiempo. (1)

Eco, refiriéndose a los códigos emotivos en relación con el mensaje estético dice:

"El mensaje estético, como se dirá instituye códigos personales, es decir, instituye un idiolecto estético". (2)

Se socializan patrones de gusto personales, se institucionalizan experiencias perceptuales individuales, cada vez con mayor rapidez sobre todo en algunos productos culturales que entran en el circuito del consumo.

El problema mayor en estos tiempos no consiste solamente en la falta de puntos en común sobre los valores estéticos con los chinos que están al otro lado del mundo, sino con la generación que nos precede y con la que nos sigue que están al lado nuestro y podríamos decir que solo a 5 años de distancia. Y no nos referimos a la obra de arte que ha probado la estabilidad de sus valores estéticos a través del tiempo sino a esos productos culturales con ": fuerte tendencia a lo estético "pero que todavía no han logrado probar su permanencia y que provocan fuertes discrepancias generacionales con respecto a su validez.

Aclarada la posición con respecto al sentido que en este trabajo le otorgamos a lo estético, volvamos ahora al lenguaje audio.

La palabra relata, evoca, remite como los otros dos códigos, el musical y el de los efectos sonoros, pero a diferencia de los otros dos códigos define, califica, caracteriza, teoriza, conceptualiza En el mensaje audio es a la palabra a la que "se hace" responsable del significado del discurso.

A veces se olvida su otra misión: cuando se codifica un mensaje y se realiza esa doble operación de selección (paradigmática) y combinación (sintagmática), no solo se plasma sentido sino que, por la armonía de las combinaciones sintácticas y léxicas, el texto puede poseer ese valor estético que lo convierte en obra de arte.

Doble placer el del receptor: el de la comprensión del sentido y el de la percepción casi exclusivamente sensorial de la pura forma lingüística.

Raymundo Mier en 'Radiofonías...', refiriéndose a la verosimilitud, a criterios de legitimidad del discurso radiofónico, califica la palabra, la relaciona con el arte:

"La puntuación, las pausas, los tiempos, los reposos, las reglas, los géneros, el lugar de la voz, la identidad de los cuerpos que se escuchan, el abandono "del arte del micrófono", del "arte de la palabra" (...) (pág. 45)

También Arheim, en su libro 'La estética radiofónica', la había calificado de la misma manera, diciendo que en la palabra el sonido es como la madre tierra. La oralidad, como arte hablado, nunca puede prescindir de ese sonido así concebido. (4)

Ahora bien, cuando la forma lingüística en su oralidad, es el sonido, es ineludible considerar el hecho de que se mezclan en ese código de absoluta arbitrariedad, significantes que rayan en lo analógico y que al hacerlo, acercan los significantes- sonidos de las palabras al sonido de sus referentes, (¿o de sus interpretantes?) como si conservaran la huella de etapas anteriores a la de su sistematización donde, puede suponerse, no existía lenguaje sino puro ruido comunicativo. Ese acercamiento al sonido del referente (susurro, cristales, zumar, bramar) ocasiona que el discurso "se vuelva melodioso" en un doble juego de ida y vuelta del sonido a su evocación.

Pero también debemos considerar el hecho de que es en la oralidad donde se concretan definida, pero siempre distintos, los rasgos suprasegmentales.

El profesor Raimundo Mier en los cursos de la Maestría en Comunicación y Cultura contemporánea (Córdoba, Argentina; abril/mayo, 1999) refiriéndose a la propuesta estética de Roman Jakobson subrayó su importancia haciendo notar entre muchas cosas que los alargamientos silábicos, la textura vocálica acentúan la literalidad del texto y provocan expresiones diversas y verdaderos rasgos estéticos.

Pero, curiosamente, en un doble juego es a través de los tonos, los timbres, las distintas cadencias, ritmos, intensidades que distinguimos los matices de la significación, de forma tal que el sentido global del texto oral solo así se plasma cabalmente.

Umberto Eco los llama códigos tonales y dice al respecto:

(...) llamaremos así a los sistemas de variantes facultativas ya convencionalizados, los rasgos "suprasegmentales" que connotan entonaciones particulares del signo (tales como "fuerza", "tensión", etc.); y auténticos sistemas de connotación ya estilizados (como, por ejemplo, lo "gracioso" o lo "expresivo") (3).

Lo cierto es que los rasgos suprasegmentales se montan sobre los significantes y así subrayan, matizan, modifican sentidos, agregan nuevos; constituyen mensajes fuertemente expresivos que conmocionan al receptor de tal forma que lo hacen expresar a veces: "No sé lo que conté, pero lo relaté tan bellamente...".

Abordaremos ahora ese tercer código del lenguaje audio que es la música.

Pareciera que su rol fuera solo el de acompañar a la palabra creando atmósferas, provocando evocaciones en el receptor. En trabajos experimentales con sonido se ha comprobado que a través de esas evocaciones se construyen verdaderos andamiajes temporales que sostienen la historia que relata la palabra y que, junto a los efectos sonoros, pueden narrar, justamente en una cadena de evocaciones provocadas, sin recurrir al código lingüístico.

Trataremos de desarrollar una explicación de lo que acabamos de afirmar.

Si bien es cierto que, como afirma Umberto Eco, los significantes musicales por carecer de espesor semántico solo denotan una posición en el sistema (5) y como tales parecieran muy alejados de la significación, revierten ese "vaciamiento" cuando, basándose en un código digital, se articulan consiguiendo todos los desarrollos musicales posibles. Además, la ejecución se enriquece con las variantes facultativas, que ya mencionamos al hablar del código lingüístico, consideradas verdaderos actos expresivos.

En las notaciones musicales estas variantes se codifican analógicamente, (con sentimiento, glissando, con brío.) a nivel de los códigos técnicos de transcripción y luego de reproducción del sonido. (6)

Estas articulaciones musicales así enriquecidas, encadenadas en un continuo determinado, forman textos sonoros que efectivamente transmiten distintos mensajes: reproducciones casi gráficas de las acciones, esbozos del contexto que el receptor completa a través de sus códigos culturales, historias. El código musical además, puede provocar variadas sensaciones. Esa capacidad se traslada al resto del discurso audio: los otros elementos se "contagian" y el todo percibido es el que produce la emoción, la determinada sensación.

La función inherente al fenómeno musical es la estética. Es decir producir placer (o displacer) perceptual. En esa función predominante del mensaje musical se apoya las más de las veces el mensaje audio.

Mucarosky, en su tratado de estética, al hablar de la obra de arte afirma que en pintura, plástica, literatura, aparecen con regularidad dos significados que pueden diferenciarse: el temático y el estético, pero que en la música solo se recorta nítidamente el estético y el segundo se insinúa eventualmente. (7)

Arheim reafirma la función estética del código musical al calificarla como arte: "el arte más puro", "el rey de los demás artes". (8)

La música es pura abstracción, es un macro signo cuyo significado como el de toda obra de arte es el "objeto estético"(7).

Y es ese código musical con su ineludible carga estética uno de los configurantes del mensaje audio, tal vez el menos explorado, cuando, curiosamente, el cine el arte audiovisual sabe de su poder y por lo tanto explota su capacidad de provocar emociones igual o tanto más que la imagen. Emociones por evocación y por real goce estético.

Hemos intentado una breve explicación para comprender esa afirmación que formulamos al comienzo sobre la potencialidad estética del mensaje audio.

Agregamos que ante los planteos de producción encarada poniendo el acento no solo en el contenido sino en la forma del mensaje, se formulan a veces temores a postergar el uno por el otro.

Consideramos que el sentido no existe, o más bien, no es comprensible sino es plasmado en una forma, en un lenguaje.

"El lenguaje y el pensamiento son una misma cosa, como lo son Dios , su Shekinah y su Tabernáculo. "Donde no hay palabra, no hay razón ni tampoco mundo". "Toda la cháchara sobre la razón es simple viento; el lenguaje es su órgano y su criterio." (Nicolás Casullo, refiriéndose a la concepción del lenguaje de Johann Haman)

Pero cuando más placer produzca la forma, existirán más posibilidades de aprehender el sentido.

Además, y a expensas de que esto parezca un trabalenguas, reiteramos lo que afirmamos en párrafos anteriores: cuando el significado es expresado con justeza, correctamente, su comprensión provoca placer, "intelectual" digamos.

Cuando así no ocurre es porque lo que falla o falta es el sentido y esto es indispensable conocerlo a la hora de la creación.

Muchas veces también objetamos que tras estructuras formales estéticas se enmascaran contenidos ideológicos aberrantes. Y es cierto. Pero el responsable de que esto ocurra no es el potencial estético del lenguaje audio sino exclusivamente el emisor en su intencionalidad.

Tal vez esas objeciones esconden nuestra incapacidad para crear productos estéticos que opongan un mensaje con contenidos éticos a esos otros, que, con contenidos perversos, alzan vuelo a través de la forma.

¿Pero es posible lograr ese acto generalmente espontáneo, individual y solitario que lleva al hombre a producir obras de arte o productos estéticos efímeros, pero no por eso valorados como "menos bellos", en el momento de la recepción?

A esta altura del trabajo es imposible eludir la respuesta:

Tal vez "lo que se pueda" sea estimular, impulsar la creación estética mediante técnicas de sensibilización de la percepción, por dar un ejemplo. Pero lo ineludible es conocer exhaustivamente el "modo de ser" de cada código en la ejercitación constante a través de técnicas probadas o experimentales que lleven a la creación.

En el caso de los efectos sonoros: la escucha del mismo sonido en distintos contextos, de distintos contextos para el mismo sonido, la grabación de sonidos naturales y su comparación con los producidos en laboratorio, la creación de sonidos imitativos o "desconocidos", la construcción de historias contadas solo con efectos sonoros, la medición del impacto sonoro de cada efecto y el análisis de su particular forma de comportarse en cada contexto.

Si intentamos con el código lingüístico: ejercicios de silabeo, de contrapunto tonal y semántico, la construcción de relatos sobre núcleo semánticos poderosos o sobre ejes semánticos evocadores; el uso de palabras analógicas en la construcción de la metáfora, la improvisación temática, la improvisación de semejanzas lingüísticas, las relaciones entre núcleos de significación y los colores y los sonidos, incorporaciones de contextos imaginarios a palabras de indudable unisemanticidad.

Con respecto al código musical podemos proponer ejercicios de escucha gradual, de reconocimiento de la textura sonora de cada instrumento, de comparación estilística y de contextos de producción musical, del uso del mismo texto con distintas musicalizaciones que cambian el sentido primario del texto lingüístico, creación de climas y de atmósferas, de historias musicales, de recorridos estilísticos o generacionales.

El conocimiento de cada uno de los códigos, la distinción de sus matices sonoros, la forma en que se comportan uno en presencia de los otros, la manera en que avanzan o se repliegan ante la postura acústica del otro favorecen evidentemente el acto de creación estética.

Nos queda en un gran borrón en este trabajo el abordaje de las técnicas de montaje de utilización de todo ese aparato tecnológico que no es sinónimo de soporte de mensajes sino que determinan su forma

Sin embargo, adelantamos, no hay fórmulas ni leyes matemáticas de combinación, de montaje, de producción. Viene en socorro del creador el escuchar los propios productos y los de los otros con sentido crítico, confiar en el criterio estético del receptor y recordar que ese criterio variará no sólo de cultura a cultura, sino que establecerá tantas diferencias como las del territorio del país y la impronta de cada barrio.

Ayuda la organización, la disciplina, en la producción, la apertura mental además de la perceptiva que permita admitir que lo estético se asienta tanto en productos tradicionales como en los de "quiebre", y conocer entonces dónde se asienta la lógica de unos y de otros.

A la hora de las mediaciones este desafío del mensaje audio no se puede eludir. Tal vez sea imposible ofrecer recetas de producción estética, pero lo que sí intentamos durante todo este recorrido es esbozar la posibilidad de concretarlo en el claro planteamiento de objetivos de producción, en investigaciones sistemáticas y continuas de las temáticas a tratar y, fundamentalmente, en un conocimiento profundo de la naturaleza de su lenguaje.

*Al hablar de comunicación audio, nos referimos a todos aquellos mensajes que son transmitidos radiofónicamente y a todos los que circulan en circuitos de transmisión a través de cassettes. Conocemos las diferencias entre ambos sistemas de

comunicación y por ende las de la lógica de producción de unos y de otros fundamentalmente en su proyección estética. Su planteamiento es objetivo de otro trabajo.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

(1) y (7) Conceptos extraídos de 'Escritos de estética y semiótica del arte', de Jan Mucarosky. Ed. Gili. Barcelona, 1975.

(2) ECO, Umberto, La estructura ausente. Ed. Lumen. Barcelona 1972. Pág.118/119.

(3) ECO, Umberto. Op. Cit. Pág.270.

(4) y (8) Conceptos extraídos de 'La estética radiofónica.' Ed. Gilli. Barcelona. 1980.

(5) ECO, op. cit. pág. 115/116.

(6) ECO, op. cit. pág. 247.

BIBLIOGRAFIA

ARHEIM, Rudolf, La estética radiofónica. Ed. Gilli. Barcelona, 1980.

BALSEBRE, Armand, El lenguaje radiofónico. Ed. Cátedra. Madrid ,1994.

BAJTIN, M. Estética de la creación verbal. Siglo XXI. Méjico,1985

ECO, Umberto. Tratado de semiótica general. Ed. Lumen. Barcelona, 1977.

-- La estructura ausente. Ed. Lumen. Barcelona, 1972

Para una indagación semiológica del mensaje televisivo, en revista de Estética, Instituto di Tella del Università di Torino, Anno I, Fasciolo II, maggio a agosto 1966, págs. 1.366/137.

FERNANDEZ, J. Luis, Los lenguajes de la radio. Ed. Atuel. Bs. As.1994.

MUCAROSKY, Jan. Escritos de estética y semiótica del arte. Ed. Gili. Barcelona. 1975.

NATTIEZ, J. J, Musicología Generale e Semiología. Edizioni de Torino. Torino.1989

MIER, Raymundo, Radiofonías hacia una semiótica itinerante. Colección ensayos. Universidad Autónoma Metropolitana. Méjico 1987.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Sanguinetti de Brasesco, Susana (2001): Estética en la comunicación audio. Revista Latina de Comunicación Social, 37. Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/138susana1.htm>