6. Lenguaje sonoro

- Lenguaje sonoro

Copyright 2025

Lenguaje sonoro

Introducción

Pensar que el sonido dentro de una producción multimedia es un elemento más y su carácter es sólo accesorio, sería desmerecer su esencia. El sonido y la música en particular, constituyen un universo con significación propia, ya que influyen en nuestros sentidos de forma directa.

Copyright 2025

Gustavo Basso sostiene: “el sentido de la audición es complejo y delicado. Además de permitir la comunicación oral, aporta información vital sobre un entorno de 360º alrededor de la persona y no se desactiva al dormir. Se lo ha definido como el sentido alerta. Quizás nuestras capacidades musicales, que exceden mucho las necesarias para la comprensión del lenguaje, tengan que ver con esta función del oído como canal de entrada general de información ambiental.“ [^1]

Como se manifiesta anteriormente, el oído nos aporta información y esta atento, despierto, alerta en todo momento y aun más cuando participamos en un proceso de aprendizaje. Michel Chion opina que las producciones audiovisuales no se “ven“ sino que se audioven. Explica: ”los objetos audiovisuales dan lugar a una percepción especifica - la audiovisión- ignorada hasta ahora como tal o reducida a un simple esquema auditivo, que funciona especialmente por proyección y contaminación recíprocas de lo oído sobre lo visto.” [^2]

Las tecnologías de la información están construidas a través de la interacción de imágenes, textos y sonidos, todos interrelacionados y complementados entre sí. El sonido aporta lo que podríamos llamar el valor añadido, Chion lo define como “ el valor expresivo e informativo con el que el sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer,... que esta información o expresión se desprende de modo “natural “ de lo que se ve y está contenida en la sola imagen.”

[^1]: BASSO, Gustavo en su ponencia “La cultura del ruido”. Encuentro Nacional de Música Acústica 1994. Libro de conferencias.

Copyright 2025

[^2]: CHION , Michel La audiovisión : Introducción a un análisis conjunto de la Imagen y el sonido. Paidos Comunicación (1993).

Fuente: PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004

El lenguaje sonoro

El lenguaje sonoro intenta **crear imágenes**, propone que un mensaje se adhiera a la audiencia pasando por el tamiz de los sentidos e impregnándose en el acervo de la memoria. Por la naturaleza propia de sus soportes, el lenguaje sonoro hace su entrada en la audiencia por la emoción y el placer. Esto es posible gracias a que sus mensajes se perciben por vibración de ondas, y las ondas no sólo se escuchan, también se sienten.

Copyright 2025

Esta característica de afectar lo sensible aún "*sin nuestro consentimiento*" también es parte de la naturaleza de los medios audiovisuales. Pero esto no sucede con el lenguaje escrito, que es abstracto y se compone de los signos alfabéticos. Su lectura implica e induce a pensar. El ojo se sitúa por encima o enfrente de los mensajes de los emisores. El oído se mete adentro, se sumerge, participa y se compromete con los acontecimientos y los mensajes. El ojo apunta, discrimina y particulariza casi siempre. La mirada se dirige voluntariamente. El oído es **global**, aprecia la **totalidad del entorno**. El ojo se cierra, se anula, se niega. **El oído no puede dejar de oír**, es independiente de la voluntad del sujeto receptor, se oye siempre.

Todos los sonidos, las imágenes, los silencios de los mensajes, bajo el efecto de la electrónica son **MODULACIONES**. Estas modulaciones hoy se pueden manipular casi a total voluntad gracias a la tecnología.

Fuente: PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004

Características generales del lenguaje sonoro

- El lenguaje sonoro es **fugaz.** Dura exactamente el tiempo de emisión. Es instantáneo.
- Es **huidizo.** No se lo puede retener para volver a escuchar o entender. La audiencia tiene poco poder de retención, por ello en la producción se recomienda la redundancia o repetición.
- Es **rápido** Inmediato, la emisión es simultánea con la recepción [^1].
- Es **económico**. El costo mensaje / receptor es más barato cuanto mayor sea la difusión.
- **Amplitud de cobertura**. Tiene la posibilidad de llegar a muy diversos lugares al mismo tiempo.
- **Unisensorialidad**. Se recibe a través de un solo sentido (el oído).
- **Bidireccionalidad.** Posibilita el diálogo entre el comunicador y la audiencia.

[^1]: Cuando grabamos algo, el momento de emisión es cuando ponemos PLAY, el momento de grabación recibe el nombre de REGISTRO

Fuente: PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004

Factores de percepción del lenguaje sonoro

El acto de percibir en el lenguaje sonoro es un acto de **imaginar**. La imaginación es un sentido interno que nos permite evocar y reproducir las impresiones sensoriales y perceptivas en ausencia de los objetos. Conformamos una imagen del objeto o la realidad a partir de la percepción totalizante y sensible.

El oyente construye la imagen de la realidad a partir del paisaje sonoro percibido: se forma una **imagen auditiva**. Esta imagen auditiva es el resultado de relacionar el conocimiento previo, experiencia, o memoria de la realidad que el oyente tiene de antemano, con el nuevo paisaje u objeto sonoro que percibe. La **memoria** es la que permite reconstruir la imagen de los objetos a partir de las nuevas percepciones sonoras, permite asociar el pasado a la nueva realidad comunicativa.

Copyright 2025

La **experiencia** es la recordación o memoria del mundo que hemos incorporado al propio acervo. Esta experiencia puede ser propia (vivida personalmente), o *vicaria*, asumida por mediación de los medios de comunicación social (hechos vividos o conocidos a través de los medios.)

Fuente: PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004

Factores psicofisiológicos de percepción

cmh

Son aquellos que intervienen en el ámbito de la percepción sonora: la memoria y la atención.

Memoria

Toda nueva percepción sonora nos remite a los datos aportados por la memoria, la experiencia pasada. Esta relación entre sensación y recuerdo define a la percepción. Todo estímulo sensorial deja una huella en la corteza cerebral, forma la memoria de experiencias sensoriales almacenadas en imágenes.

Memoria inmediata:

- Capacidad memorística, hasta siete elementos.
- Dependencia o repetición del mensaje.
- Densidad de la información

Memoria a largo plazo (vinculado con lo afectivo):

Estímulo sensorial que denota una mayor carga afectiva corresponde una mayor concentración de la información por la memoria a largo plazo.

Atención

- **Atención primaria**, depende de la fuerza del estímulo, especialmente en cuanto a su intensidad, su novedad, su familiaridad.
- **Atención secundaria**, depende de las propias ideas y esfuerzos del individuo.
- **Atención primaria derivada**, depende de su propósito o interés.

Factores comunicativos de la percepción

Básicamente, hablamos de eso que los primeros modelos de la comunicación definían como “conocimiento de los códigos de la misma comunidad de emisores – receptores”.

Del conocimiento y familiaridad con el **código sonoro** depende que el oyente y el emisor puedan poner en marcha los mecanismos de interpretación del mensaje. El *código* es el factor clave en el desarrollo y expresión de la relación entre la idea concebida por el emisor y la idea recreada por el oyente como último paso de la resignificación.

Copyright 2025

Si bien la construcción de este *código* es una tarea permanente y propia de cada sociedad, el *código* del lenguaje sonoro no es absolutamente relativo a cada comunidad lingüística. Afortunadamente, casi podemos hablar de *un universalismo semántico* de la mayoría de los paisajes sonoros. El sonido de una bocina hará suponer al auto en casi todo el mundo, más allá de lo particular de esa bocina.

Estos *códigos* generales constituyen el **imaginario colectivo** que es el c_onjunto de claves, opiniones, mitos y fabulaciones colectivas que dan coherencia al tejido social y otorgan una identidad como comunidad cultural._ Su modificación toma mucho tiempo y no se puede controlar a gran escala, sólo influir a escala micro.

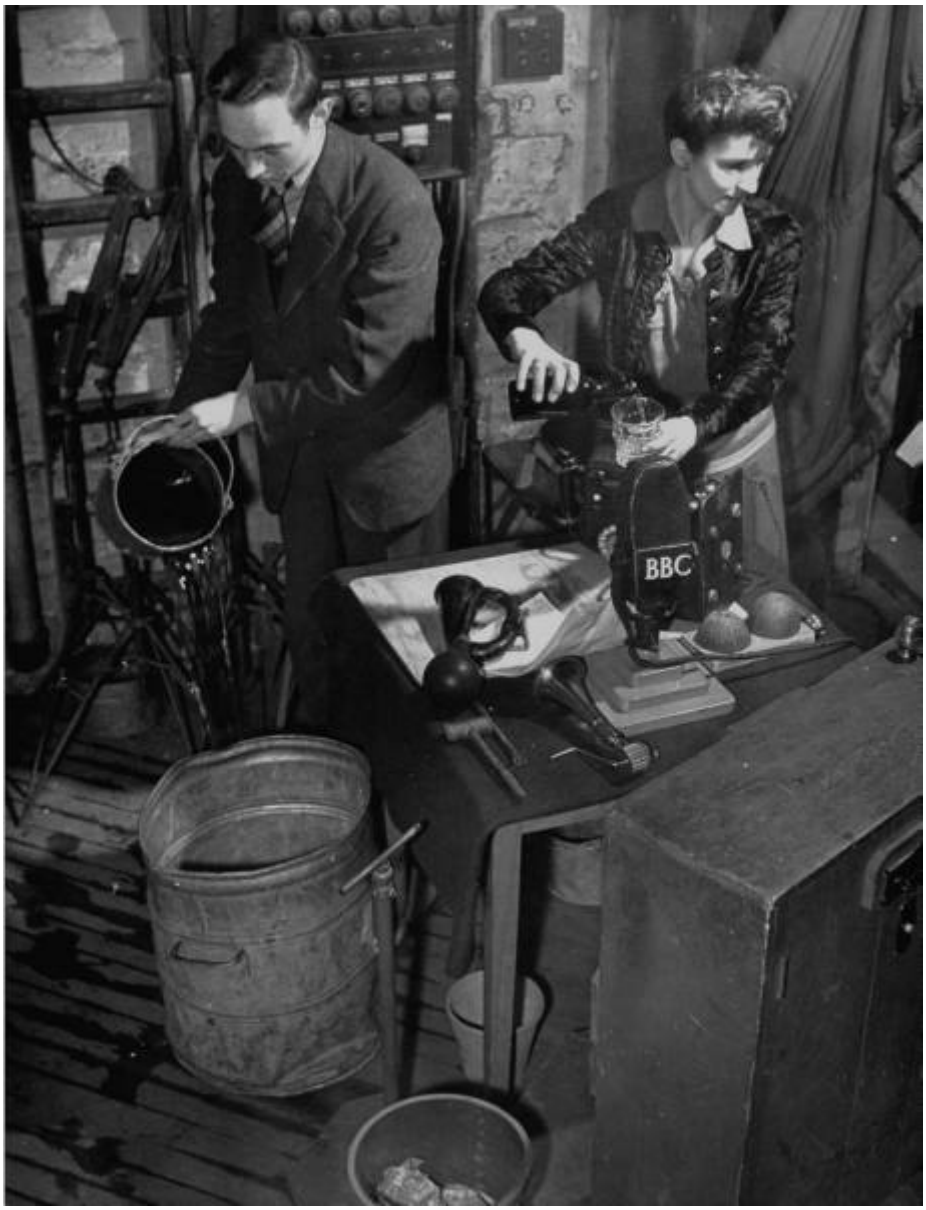
Ejemplo: Para un consumidor de Los Simpsons el sonido a grillos sobre un fondo de silencio ya es sinónimo de “soledad” o “abandono”, mientras para alguien que jamás los haya visto podría significar “naturaleza” o cualquier otra cosa. El uso que los creadores de Los Simpsons hacen de ese sonido ya es unívoco para su público... pero el sonido “en sí” es simplemente el de los grillos. Lo que hace el puente entre “grillos” y “soledad” o “abandono” es el uso reiterado (y ya esperado por el público) de “grillos” para darle fuerza a la idea de que alguno de los personajes de la serie se quedó realmente solo.

Formas de escucha

Copyright 2025

- **Oír**: (sentir en el oído) acto involuntario. Es imposible no oír.
- **Escuchar**: aplicar el oído para oír, prestar atención al mensaje (acto voluntario).
- **Escuchar pasivamente**: se perciben los mensajes de manera desatenta. Existe una "atención pasiva" ya que es posible leer, escribir, conducir, trabajar sin tener que atender el contenido sonoro.
- **Escuchar activamente**: se mantiene la atención de manera consciente y voluntaria.

Elementos del lenguaje sonoro



El lenguaje sonoro está conformado por la interacción de 4 sistemas expresivos:

1. El proceso secuencial del **discurso hablado**, basado en **imágenes acústicas**: los objetos sonoros de la fonética. (**PALABRAS**)
2. Los **sistemas acústicos**, que producen una imagen concreta del desarrollo sonoro de un acontecimiento. (**RUIDOS** o **EFECTOS SONOROS**)
3. La música, que se representa como un acto particular de comunicación "no figurativa", constituida por elementos abstractos. (**MUSICA**)
4. La ausencia de sonido o pausa en la palabra que también implica información y significados, y que se constituye en un **sistema expresivo no sonoro** del lenguaje. (**SILENCIOS**).

Copyright 2025

Recordando que la totalidad es superior y distinta a la suma de las partes, se puede comprender la complejidad del mensaje sonoro, cuyos sistemas expresivos (las palabras, la música, los efectos y el silencio) constituyen un lenguaje que es superior a la suma de sus componentes expresivos.

Dependiendo del formato y estructura de la producción, algunos elementos sonoros resaltarán más que otros.

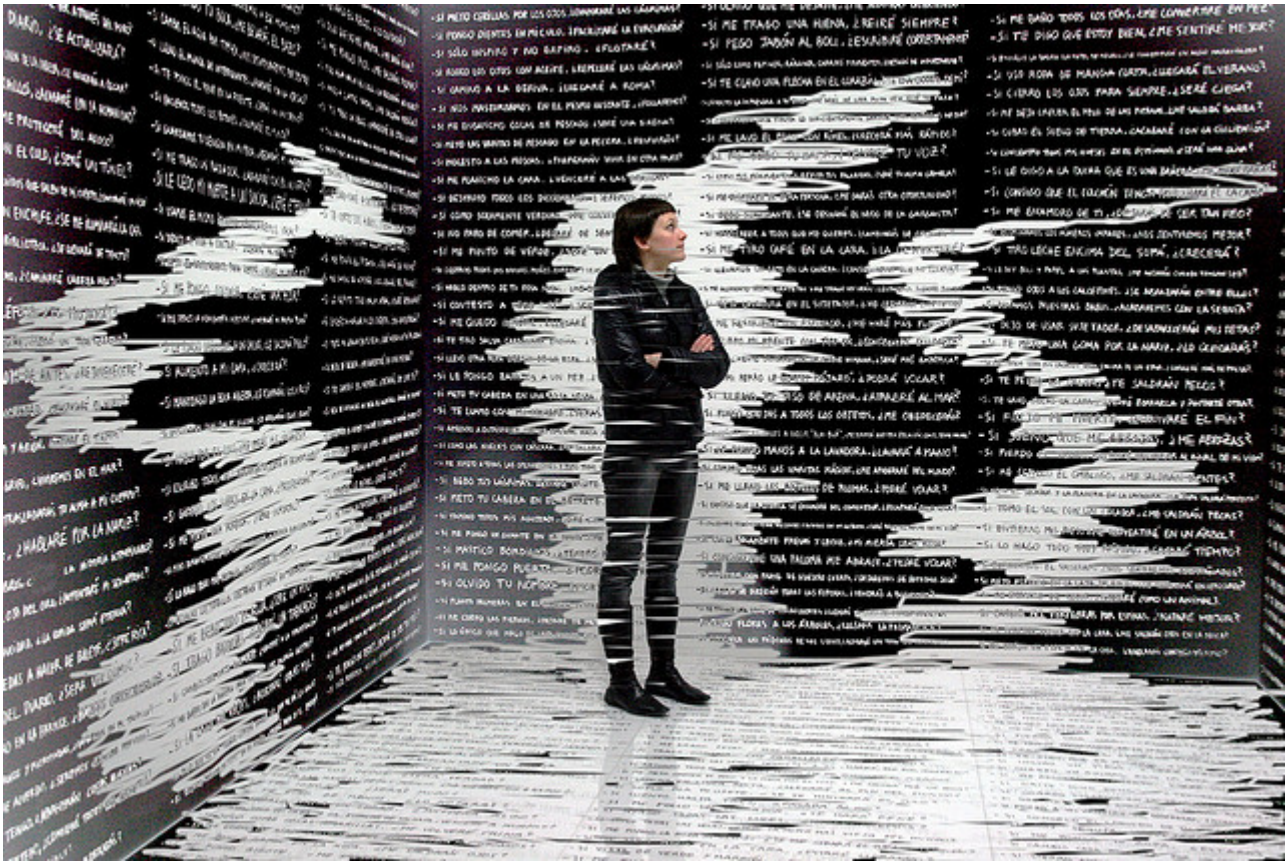
Por ejemplo, en una producción radiofónica, si se trata de una crónica, cuento o fábula, la voz tendrá que ir muy articulada con la música para lograr sensaciones e intenciones narrativas;

https://dl.dropboxusercontent.com/u/21974847/10_Caperucita.mp3

En cambio si se trata de un espacio informativo, la voz del locutor tendrá prioridad por encima de los otros componentes.

https://dl.dropboxusercontent.com/u/21974847/Informativo.mp3

La palabra



Es el elemento principal del lenguaje sonoro. Podemos prescindir de los otros elementos y aun así formular un mensaje claro y emotivo. La palabra es insustituible como factor de coherencia del mensaje sonoro. Sólo con ella podemos describir con elocuencia las experiencias internas y externas de los personajes, sus avatares y conflictos, lo que dicen, imaginan, y traman.

No debe olvidarse, por otro lado, el singular poder de ciertas voces: ¿qué imágenes evocan las palabras mundo, dolor, alma, tierra, madre, hombres, desierto, honor, miseria, verano, mar?

Los tipos de habla: la voz audiovisual. Url: http://politube.upv.es/play.php?vid=8488

En la radio la **voz** es el vehiculo de la palabra, y adopta muy variadas formas: la del locutor que atiende las peticiones musicales de la audiencia, anuncia canciones y se explaya en un humor chabacano; la del conductor de noticieros y revistas radiofónicas, que informa e interroga; las de los actores de radiogramas, variadas en registros y matices, y que nos permiten advertir que las voces poseen timbre, altura, color, y muy diversos tonos. La voz pude ser un maravilloso instrumento de interpretación de la palabra.

Fuente: Didáctica de los medios de comunicación. (Paquete didáctico). México, SEP, 1998

La música

Posee valores múltiples en la producción radiofónica: sitúa en el tiempo y en el espacio, engendra climas emocionales, enfatiza el realismo de ciertos episodios y en fin, hace las veces del telón en el teatro y de los fundidos y disolvencias en el cine. En otras palabras, la música cumple varias funciones en el mensaje sonoro de ficción:

Función descriptiva. La música evoca tiempos y lugares, nos remite a periodos históricos precisos: un vals nos instala en el Porfiriato; un corrido villista, en la Revolución mexicana; el Rock de la cárcel? interpretado por Elvis, en las postrimerías de los años cincuenta. Determinados aires musicales definen espacios sociales y culturales: la música tzotzil nos conduce a los altos de Chiapas; un danzón, al zócalo del puerto de Veracruz.

Función expresiva. La música configura diversos climas emocionales, puede ser melancólica, vivaz, misterios, épica.

Función ambiental. Es la música que se ejecuta dentro de una escena: la banda que ameniza un acto político, la orquesta que acompaña una boda, la música que siempre se escucha a la distancia de una feria.

Función gramatical. Se trata de fragmentos musicales que separan una escena de otra, y por tanto, un espacio de otro o un tiempo de otro. En el vocabulario radiofónico tales separaciones son la ráfaga (fragmento brevísimo que señala una corta transición del tiempo), el puente (pasaje que indica una transición más larga) y la cortina (pasaje que separa escenas o bloques).

Fuente: Didáctica de los medios de comunicación. (Paquete didáctico). México, SEP, 1998

Los ambientes y los ruidos

Los ambientes y ruidos son un factor clave para dotar de verosimilitud una historia. Los ambientes componen la escenografía que rodea a los personajes: Los innumerables pájaros e insectos de la selva tropical, los ruidos de las computadoras en una oficina.

Los ruidos o efectos, en cambio, son las emisiones sonoras producidas por los cuerpos y los artefactos: el beso en la mejilla, los pasos en al escalera.

Los ambientes son la escenografía de la escena sonora; los ruidos, el efecto de las acciones físicas de los personajes. Generalmente los ambientes pueden obtenerse en discos o cintas, mientras que los ruidos son producidos por el sonidista en el estudio.

A semejanza de la música , los ambientes y ruidos describen espacios (la playa, el bosque, la selva, la montaña) y momentos del día (el gallo madrugador, los insomnes grillos); refuerzan atmósferas emocionales (puertas chirriantes, campanadas, un ventarrón) y establecen nexos entre una escena y otra (el tren que se aleja).

Fuente: Didáctica de los medios de comunicación. (Paquete didáctico). México, SEP, 1998

El silencio

Todo aquello que no tenga una traducción sonora no ocupa un espacio en la realidad, no es signo que sustituya a una determinada realidad. Ahora bien, la palabra no tendría significado si no pudiera ser expresada en medio de los silencios que la individualizan (silencio / palabra / silencio / palabra). El sonido y el silencio son independientes en el lenguaje verbal. El silencio verbal participa de un sistema semiótico. **El silencio es una forma no sonora y se transforma en un signo.**

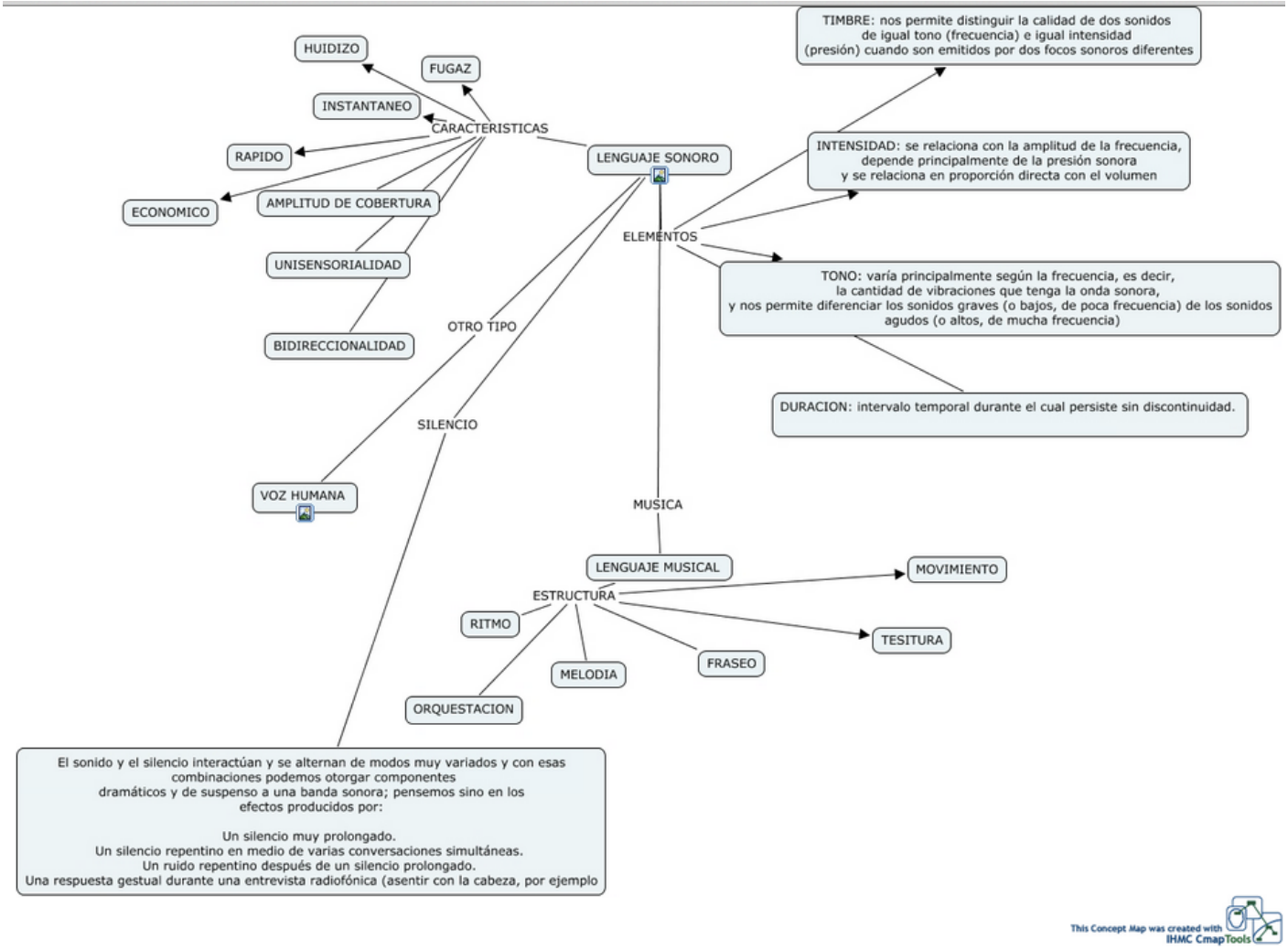
El silencio delimita núcleos narrativos, constituye un movimiento afectivo: "*El silencio es la lengua de todas las fuertes pasiones: amor, cólera, sorpresa y miedo*" dice T. Bruneau.

Asimismo, muchas veces el silencio es percibido como un ruido en la comunicación porque no forma parte del sistema expresivo común. Los oyentes pueden no comprender la integración del silencio en el lenguaje sonoro, porque no están familiarizados con sus códigos y porque los hábitos culturales de la sociedad audiovisual tienden a negar al silencio un valor comunicativo importante. Asimismo, este elemento del lenguaje sonoro es básico y fundamental porque sin él la construcción del sentido sería prácticamente imposible. El silencio bien utilizado puede cargar de dramatismo o suspenso a ciertas escenas.

Copyright 2025

Fuente: PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004

Mapa conceptual



Fuentes

Bibliografía

- PROVENSAL, Analía. "El sonido en una producción multimedia" La trama de la comunicación. Vol.9. Rosario, Argentina. UNR editora 2004
- Didáctica de los medios de comunicación. (Paquete didáctico). México, SEP, 1998

Webgrafía

- Taller de producción de mensajes: http://perio.unlp.edu.ar/tpm/programa.html [Consulta: 4 agosto 2015]
- Canal UNED. https://canal.uned.es [Consulta: 4 agosto 2015]
- Recursos CNICE. http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag4.html [Consulta: 4 agosto 2015]
- Lenguaje y formato sonoro. http://goo.gl/TNmzO1 [Consulta: 4 agosto 2015]
- El lenguaje sonoro: recursos y planos sonoros. http://goo.gl/kTJL0X [Consulta: 4 agosto 2015]
- Música y pedagogía. http://profesorhidalgo.blogspot.com.es/ [Consulta: 4 agosto 2015]
- Música y cine: http://ocw.usal.es/humanidades/musica-y-cine [Consulta: 4 agosto 2015]
- Instituto ENE AUDIO: http://www.eneaudio.edu.co/index.php/diseno-sonoro [Consulta: 4 agosto 2015]

Copyright 2025