



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

“ ARAGON ”

00 57

POIESIS RADIOFONICA: EL RADIOARTE



F.E.S. ARAGON

TESIS

LICENCIATURA EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA

POR:

MARIO EFRAIN LOPEZ SANCHEZ

México, D. F. 1988



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A papá y mamá por haberme dado
siempre todo más de lo que merecía,
mi deuda eterna...

A Angel, Oscar y Rocío, mis hermanos
quienes nos hacemos partícipes en momentos
importantes de la vida...

A Mony, mi compañera, quien cibe
mi alrededor de un color diferente
al que realmente es...

A toda la familia Rodríguez que
sabe extender sus brazos con
sinceridad...

A Salvador por ese rayo que
ilumina e inquieta...

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
1. EL PROBLEMA DE LA ESTÉTICA EN LA HISTORIA (CONTEXTO)....	9
1.1 EL CONCEPTO DE ESTÉTICA.....	21
1.2 CONCIENCIA ESTÉTICA.....	23
2. LA TRÍADA: COMUNICACIÓN-IDEOLOGÍA-ESTÉTICA.....	24
2.1 CRÍTICA SOBRE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA RADIOFONÍA.....	27
2.2 BREVE SEMBLANZA ESTÉTICA-HISTÓRICA DE LA RADIO.....	37
3. COMUNICACIÓN EN RADIO: LA PRÁCTICA RADIOFÓNICA	39
3.1 EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA.....	42
3.2 EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN COMO IDEOLOGÍA (RETROALIMENTACIÓN).....	47
4. ESTÉTICA RADIOFÓNICA.....	50
4.1 EL LENGUAJE METAFÓRICO SIMBÓLICO DE LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA.....	53
4.2 RECURSOS RADIOFÓNICOS: INTENCIÓN.....	60
5. POIÉISIS RADIOFÓNICA: EL RADIOARTE.....	63
CONCLUSIONES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	80

INTRODUCCION

LA RADIO CONSTITUYE UN FENÓMENO DE COMUNICACIÓN QUE PARA LA TEORÍA DE LOS MEDIOS TIENE LA CATEGORÍA DE MASIVO. AL CONSIDERÁRSELE COMO UN MEDIO MASIVO DE DIFUSIÓN, LA RADIOFONÍA ESTABLECE - LAS PAUTAS QUE CONFORMAN SU FUNCIONAMIENTO DENTRO DE LA SOCIEDAD. EN LA ACTUALIDAD LA RADIO ES EL MEDIO QUE TRANSMITE INFORMACIÓN - Y FACILITA EL INTERCAMBIO DE IDEAS ENTRE LOS HOMBRES; LOS CONCEPTOS CONVENCIONALES DE SU FUNCIÓN SOCIAL PREVALECEEN SOBRE SUS PROPIAS PARTICULARIDADES.

LA ESPECIFICIDAD FORMAL DE LA RADIO ES EL SONIDO QUE ES SU-MATERIA ESENCIAL CREADORA DE LENGUAJE. EN LOS ESTEREOTIPOS RADIO-FÓNICOS EL SONIDO ES VEHÍCULO DE UN MENSAJE EXPRESADO A TRAVÉS - DE LA LENGUA, PERO CARECE DE AUTONOMÍA Y NO SE LE RECONOCE COMO-OBJETO DE CREACIÓN. LA RADIO TIENE LIMITADO SU LENGUAJE DEBIDO A LA CAPACIDAD INDICATIVA DE LA LENGUA. PARA SUPERAR DICHA LIMITACIÓN PROPONEMOS EL ESTUDIO DE LA RADIO COMO "POIÉSIS RADIOFÓNICA: EL RADIOARTE" (QUE EN EL CAPÍTULO 5 TRATAMOS AMPLIAMENTE).

LA POIÉSIS (CONCEPTO GRIEGO QUE EXPRESA POESÍA Y CREACIÓN - ESTÉTICA) RADIOFÓNICA RECONOCE EN EL SONIDO SU MATERIA PRIMA Y - FUNDAMENTO DE SU LENGUAJE. DESARROLLARLO DESDE UN PUNTO DE VISTA ESTÉTICO, IMPLICA RELACIONARLO CON EL ARTE (ACTIVIDAD QUE PERMITE AL HOMBRE CONSTRUIR SU ESPACIO HISTÓRICO) Y PRECISAR SU CARÁCTER AUTÓNOMO, SIN PRETENDER SUPEDITARLO A PRINCIPIOS QUE NO CORRESPONDAN A SU PROPIA ORGANICIDAD O AL LENGUAJE DE LAS DEMÁS AR

JES. EL SONIDO INTRÍNSECAMENTE POSEE UN ORDEN VIBRATORIO, TÍMBRICO, DE INTENSIDAD, DE VOLUMEN Y DE TEMPORALIDAD. ESTAS CUALIDADES AL EXPRESARSE Y ARTICULARSE CON EL ARTE DEMANDAN CONSIDERAR AL SONIDO Y A LA RADIOFONÍA COMO UN PROBLEMA DE CREACIÓN.

LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN MASIVA, CONFORMADA POR LAS DIFERENTES CORRIENTES DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN CON SUS RESPECTIVOS CONCEPTOS, ELEMENTOS Y PREMISAS, CONSIDERA A LA RADIO SÓLO COMO UN MEDIO, DEPENDIENTE Y VALORADO POR EL CONTENIDO DEL MENSAJE Y SUS PROPÓSITOS SOCIALES. EN EL CONCEPTO FUNCIONALISTA LA RADIO ES EL MEDIO QUE AGILIZA LA CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS; EN EL ESTUDIO MARXISTA, ES EL MEDIO CONCIENTIZADOR Y EDUCADOR DEL PROLETARIADO Y FACTOR DEL CAMBIO SOCIAL. LA RELACIÓN ENTRE RADIO Y ARTE EN EL FUNCIONALISMO SE CONCRETA EN EL ARTE-MERCANCÍA Y PUBLICIDAD; EN EL MARXISMO EL ARTE ES PROLETARIO Y DESALIENADOR DE LAS MASAS. NINGUNA DE AMBAS TEORÍAS ORGANIZA EL ARTE RADIOFÓNICO EN UNA UNIDAD ESTÉTICA, CON LENGUAJE PROPIO, ORGÁNICO Y CREADOR.

ESTA ES LA INTENCIÓN DE LA POIÉSIS RADIOFÓNICA, EL RADIOARTE. PARA ESTRUCTURARSE EL RADIOARTE REQUIERE DE SU AUTOR, EL CONOCIMIENTO DE LAS TEORÍAS ESTÉTICAS QUE LE PERMITAN ADENTRARSE EN LOS ORÍGENES DEL ARTE Y DE LOS PROBLEMAS QUE HA ENFRENTADO A LO LARGO DE SU HISTORIA. ESTA FAMILIARIDAD BRINDA AL REALIZADOR DE RADIO LA FACULTAD DE DISCUTIR PROBLEMAS DE ARTE Y DE RECONOCER SUS ASPECTOS MÁS IMPORTANTES. ELLO IMPLICA ADQUIRIR LA CONCIENCIA ESTÉTICA NECESARIA PARA HACER DEL RADIOARTE UNA OBRA SUSTENTADA EN UNA TEORÍA ESTÉTICA Y DE LA COMUNICACIÓN NO FORZOSAMENTE MASIVA.

AL RECUPERAR A LA RADIO COMO ARTE ES PRECISO COMPRENDERLO -

DE ACUERDO CON SUS ORÍGENES. EL RADIOARTE NO PODRÍA PROPONERSE - ÍGNORANDO EL SENTIDO PRIMARIO DEL ARTE Y SU DEVENIR HISTÓRICO DE TERMINADO SEGÚN LA ESTÉTICA GRIEGA. SI AL HABLAR DE MATERIA PRIMA DE LA RADIO SE MENCIONA AL SONIDO, ÉSTE, CONFORME AL ARTE GRIEGO, SE TRANSFORMA EN UN LENGUAJE QUE ORDENAREMOS EN LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO, DONDE UNA METÁFORA Y UN SÍMBOLO POSEAN SIGNIFICADO, CONSEGUIDO A PARTIR DE LA METÁFORA RADIOFÓNICA. PERO EL RADIOARTE TAMPOCO PUEDE PROPONERSE SIN SABER QUÉ ES RADIO Y LAS POSIBILIDADES QUE BRINDA. SI LA RADIO HA SIDO PRESENTADA SEGÚN - UNA FINALIDAD ESTÉTICA, COMO UNA NOVEDAD NO EXPUESTA NI DESARROLLADA ANTES, SUS PRINCIPIOS EN LA ACTUAL PRÁCTICA SON AJENOS AL ARTE. EL ESTUDIO CRÍTICO DE LA HISTORIA DE LA RADIO ES PERTINENTE PARA ACLARAR E INDICAR QUE A SU PRÁCTICA NO HA CORRESPONDIDO EL SENTIDO DEL ARTE AQUÍ PROPUESTO, ADEMÁS QUE NINGUNA DE LAS -- TEORÍAS DE COMUNICACIÓN MASIVA LE HA RECONOCIDO ESA CUALIDAD LIMITÁNDOLA Y TERGIVERSÁNDOLA DE ACUERDO CON SUS CORRESPONDIENTES-PERSPECTIVAS FILOSÓFICAS Y POLÍTICAS.

LA POIÉSIS RADIOFÓNICA SIGNIFICA ARTE Y CRÍTICA DE LA RADIOFONÍA, PROPONE UNA TEORÍA DE COMUNICACIÓN -DONDE EL CARÁCTER MASIVO SEA CONSECUENCIA Y NO FINALIDAD- QUE NO CONSTITUYA UNA IDEOLOGÍA QUE EL RECEPTOR DE RADIOARTE NO DISCUTA NI CRITIQUE.

EL RADIOARTE ADMITE, AL CONVERTIRSE EN OBRA QUE REACTUALIZA UN HECHO ULTERIOR SEGÚN EL SENTIDO DEL ARTE GRIEGO, EL TRATAMIENTO DE LOS HECHOS FUNDACIONALES DE LA VIDA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD. ELLO INVOLUCRA DEJAR DE JERARQUIZAR CATEGORÍAS IDEOLÓGICAS Y SOCIOLOGICAS DE MAYOR IMPERATIVO. UN HECHO FUNDACIONAL ES AQUEL QUE MODIFICA LAS CONDICIONES MATERIALES DE VIDA, YA QUE ENTRE EL HOMBRE Y LA NATURALEZA MEDIA EL TRABAJO DE TRANSFORMACIÓN DE ES-

IA Y LA SOCIEDAD. EL PASO DE LA ETAPA NÓMADA A LA SEDENTARIA ---
CONSTITUYE UN HECHO FUNDACIONAL PORQUE ESTE PROCESO SUPUSO PARA-
LA HUMANIDAD LA DELIMITACIÓN DE SU ESPACIO HISTÓRICO DE ACCIÓN.-
EL RADIOARTE SE REFIERE A LOS HECHOS FUNDACIONALES LOS CUALES --
PERMITEN AL ARTISTA RADIOFÓNICO EXPLICAR POR QUÉ EL TEMA ELEGIDO
TIENE ESA CATEGORÍA. EN CONSECUENCIA LOS TEMAS A TRATAR POR EL -
RADIOARTE NO SE EXCLUYEN TAJANTEMENTE Y TAMPOCO TIENEN PROPÓSI--
TOS DE QUE LOS MENSAJES SEAN UNÍVOCOS.

ESTE PROYECTO SE SOSTIENE A PARTIR DE LOS CONCEPTOS GRIEGOS
DE POIÉISIS, TEJNÉ (TÉCNICA, CREACIÓN) Y ESTÉTICA (VER CAPÍTULO 1)
EXPRESADOS EN LA BIBLIOGRAFÍA SOBRE RAYMOND BAYER Y DIETER JÄHNIG,
AUTORES DE LOS QUE SE DERIVAN LAS PERSPECTIVAS TEÓRICAS MÁS CER-
CANAS A LA IDEA DE POIÉISIS RADIOFÓNICA. LA PROPOSICIÓN FINAL ES:
LA RADIO ES UN MEDIO CAPAZ DE CREACIÓN ARTÍSTICA IGNORADA POR LA
TEORÍA Y PRÁCTICA RADIOFÓNICA.

1. EL PROBLEMA DE LA ESTETICA EN LA HISTORIA (CONTEXTO)

PARA HABLAR DE ESTÉTICA, PARTIREMOS DE LO QUE HA SIDO CONFRONTADO A TRAVÉS DE LA HISTORIA EN ESTA MATERIA, SU OBJETO DE ESTUDIO Y SUS CATEGORÍAS (LO QUE ES LA ESTÉTICA COMO ESTÉTICA EN SÍ). EL HECHO SENSIBLE ES UNA CATEGORÍA RELATIVA, LA CONCIENCIA-ESTÉTICA ES EL ESTUDIO CRÍTICO DEL CONCEPTO EN LA HISTORIA.

DE ESTA MANERA CONSECUENTE NOS REMITIMOS A RAYMOND BAYER -- CUANDO AFIRMA QUE LA ESTÉTICA ES "LA REFLEXIÓN ACERCA DEL ARTE"¹ Y LA BELLEZA. ESTO NOS INVOLUCRA EN EL PROBLEMA DE LA DEFINICIÓN DE LA ESTÉTICA EN LA HISTORIA. LO BELLO DE UN OBJETO CREADO POR EL HOMBRE, LA NATURALEZA O LO DIVINO, HA SIDO MOTIVO DE INVESTIGACIONES EN LAS DIFERENTES ETAPAS DEL PENSAMIENTO HUMANO, DESDE LOS FILÓSOFOS GRIEGOS HASTA LOS ARTISTAS CONTEMPORÁNEOS DE VANGUARDIA. EN LA PREHISTORIA EL HOMBRE HIZO OBRAS QUE FUERON CONSIDERADAS, POSTERIORMENTE, COMO ARTE DEBIDO TANTO AL CARÁCTER SOCIAL Y UTILITARIO (LAS ENSEÑANZAS PARA CAZAR A TRAVÉS DE LA PINTURA) COMO EN EL SENTIDO REALISTA Y SAGRADO (LAS REPRESENTACIONES DE ANIMALES). AUNQUE ENTONCES NO HUBO UNA REFLEXIÓN ACERCA DE ESE ARTE POR FALTA DE PENSADORES QUE SE OCUPARAN DE ELLO, NO SIGNIFICA QUE NO EXISTIERA ARTE. SIN EMBARGO, CON LOS AÑOS, FLORECIÓ LA TEORÍA O CIENCIA DE LO BELLO PUES SE HICIERON MODIFICACIONES INTENCIONALES A LA NATURALEZA POR MEDIO DEL ESPÍRITU HUMANO COMO PRINCIPIO ONTOLÓGICO Y SOCIAL.

1 RAYMOND BAYER, HISTORIA DE LA ESTETICA, FONDO DE CULTURA ECONOMICA, MÉXICO, 1984, P. 7

SITUÁNDONOS CRONOLÓGICAMENTE EN LA HISTORIA DE LA ESTÉTICA- (Y LA FILOSOFÍA) ENCONTRAMOS UN PERÍODO ANTERIOR AL PRESOCRÁTICO (S. VI A.C. A LA MITAD DEL S. V A.C.) EN EL QUE LOS POETAS, ENTENDIDOS COMO TODOS LOS HOMBRES EN LA CONCEPCIÓN GRIEGA, CANTABAN AL MUNDO Y A SUS BELLEZAS, APARECIENDO DE ESTA MANERA LOS PRIMEROS HOMBRES QUE INTENTARON HACER ESTÉTICA (AISTHESIS).

HESÍODO DESIGNÓ A LA BELLEZA UNIDA CON LO BUENO Y LO ÚTIL.- LO BELLO ES INMEDIATO A LO SENSIBLE Y LO BUENO ES UN ESFUERZO COMO MEDIO PARA EL FIN, FINALIDAD QUE ES ÚTIL.

PARA HOMERO EL KALÓS SIGNIFICABA LA ESENCIA MISMA DE LO BELLO Y SU FUENTE ESTABA EN LA NATURALEZA CAPTADA A TRAVÉS DE LA INTUICIÓN SENSIBLE. NO RELACIONÓ LO BUENO EN CUANTO ÚTIL A LA BELLEZA POR EL BIEN Y LO ÚTIL.

LOS POETAS LÍRICO-ERÓTICOS TRATARON A LA BELLEZA COMO ALGO INDIVIDUAL. LA GRACIA ERA LA PRIMERA INTERIORIZACIÓN Y ESPIRITUALIZACIÓN DE ALGO BELLO, SE DECIDIÓ QUE LA BELLEZA MORAL ERA SUPERIOR A LA FÍSICA. EN CAMBIO, LOS POETAS HERÓICOS AFIRMARON QUE LA ESTÉTICA DEL TRIUNFO ERA SIMBOLIZADA MATERIALMENTE POR LA GLORIA Y LA VICTORIA DEL CUERPO. MIENTRAS LOS POETAS LÍRICO ELEGÍACOS FUERON LOS PRIMEROS QUE PLANTEARON A LA METAFÍSICA COMO UN MÉTODO PARA INICIARSE EN LA CONTEMPLACIÓN DE LA BELLEZA NATURAL.

PITÁGORAS MENCIONÓ QUE HABÍA UNA LÍNEA DE VIDA HERMOSA APARTE DE LA DEL PENSAMIENTO QUE ERA UNA ESPECIE DE OBRA DE ARTE VIVA. LA APARIENCIA SENSIBLE SE CONDUCE A TRAVÉS DE UNA REALIDAD COSMOLÓGICA SUPERIOR.

SÓCRATES FUSIONÓ LA BELLEZA SENSIBLE CON EL BIEN, EL VALOR-

MORAL Y LOS ACTOS HERMOSOS. EL COMPLEMENTO DEL GOCE DE LOS SENTIMIENTOS SE MANIFIESTA EN EL PLACER. TAMBIÉN FIJÓ LA BELLEZA NATURAL POR ENCIMA DE LA BELLEZA ARTÍSTICA PORQUE LA NATURALEZA HA CREADO LA VIDA MISMA. NO IMPORTÓ PARA ÉL QUE EL CONCEPTO DE ORIGEN DEL ARTE EMPEZARA A PARTIR DEL CAMBIO DE LA NATURALEZA, COMO UN PRINCIPIO DE LA INTELLECTUALIDAD QUE CON POSTERIORIDAD SE CONQUISTÓ.

PLATÓN ENUNCIÓ QUE EL VERDADERO ÁMBITO DE LA ESTÉTICA ES LA INTUICIÓN DE LA INTELIGENCIA, PUESTO QUE ES UNA ACCIÓN SUPERIOR A LA INTELIGENCIA MISMA. LA NATURALEZA COMO ARTE O FUENTE DE BELLEZA EXISTE POR IMITACIÓN O POR PARTICIPACIÓN DE LAS IDEAS. EL ARTISTA DISPONE Y CREA A PARTIR DE MODELOS Y PARADIGMAS DE LOS QUE ESTÁ HECHO EL MUNDO. DEFINIÓ LO QUE ERA BELLO; EN EL MUNDO LO BELLO PROVIENE DEL ARREGLO DE LA REALIDAD Y SE ENCUENTRA LIGADO A LA DIALÉCTICA DEL AMOR. TRATÓ AL ARTE COMO APARIENCIA Y A LA BELLEZA DEL ALMA COMO UNA MANIFESTACIÓN SUPERIOR.

PLATÓN HIZO TRES CATEGORÍAS DE LA BELLEZA: A) BELLEZA DE LOS CUERPOS, ES LA BELLEZA INFERIOR QUE CONSISTE EN LA SALUD, LA FUERZA Y LA RIQUEZA; B) BELLEZA DE LAS ALMAS, DONDE LOS VALORES COMO LA VIRTUD SON AUTÉNTICA BELLEZA, Y; C) LA BELLEZA EN SÍ, ES LA BELLEZA PARA PENSARLA COMO BELLEZA MISMA, LA ESTÉTICA. TAMBIÉN SE APEGÓ A LA BELLEZA DEL CONTENIDO QUE ES SENSUALISTA PORQUE EL PLACER FUNDE LO BELLO Y LO VIRTUOSO, LA TEORÍA METAFÍSICA DE LAS ARTES SE BASA EN UN ELEMENTO DE PLACER Y OTRO DE ORDEN. ESOS SON LOS PRIVILEGIOS DE LA VISTA Y DEL OÍDO, EN EL SENTIDO ESTRICTO DE LA ESTÉTICA. AL IGUAL QUE SÓCRATES VE LO BELLO COMO ALGO AUTÓNOMO, DIGNO DE ESTUDIARSE APARTE DE LOS DEMÁS CONOCIMIENTOS.

EL FUNDAMENTO DE ARISTÓTELES PARA LA COMPRESIÓN DE LO BELLO

ES LA INTUICIÓN COMO ÚNICA MANERA DE APREHENDERLO. LA DISTINCIÓN ENTRE EL OBJETO NATURAL Y LA CREACIÓN ARTÍSTICA RADICA EN LA ACCIÓN, LA PRÁCTICA Y LA TÉCNICA DEL ARTE; EL ARTE ES LA TÉCNICA:-- MIENTRAS LO BELLO Y EL BIEN (CONTENIDOS EN EL OBJETO NATURAL) -- SON METAFÍSICOS. EL BIEN, LA INTENSIÓN Y LA PUREZA SON TÉRMINOS-- DENTRO DEL ESFUERZO INTERIOR DE LA OBRA, PERO LO BELLO, LA REALIZACIÓN Y EL ESPLENDOR ESTÁN EN LA OBRA MISMA. ESTA ESTÉTICA METAFÍSICA TIENE UNA DOBLE SÍNTESIS ENTRE LA RAZÓN Y LA SENSIBILIDAD, LA FORMA Y EL CONTENIDO. LO BELLO SE VE, SE SIENTE Y SE CONTEM-- PLA, EL BIEN SE HACE. EL ARTE PERFECCIONA A LA NATURALEZA, LA -- FORMA Y EL CONTENIDO. EL ARTE PERFECCIONA A LA NATURALEZA DESPUÉS DE HABERLA IMITADO.

LA IDEA ESTÉTICA DE EPICURO ES VIVIR FELÍZ. SE TRATA DE GENERAR PLACERES POR EL MÍNIMO DE DOLOR. POR LO CONTRARIO, PARA -- LOS ESTÓICOS EL PRINCIPIO RECTOR ES AMAR Y COMPRENDER. TODO OR-- DEN SIGNIFICA BELLEZA. LA HABILIDAD ES LA VIRTUD ESTÓICA EN EL ARTE. EN PLOTINO, LOS JUICIOS DOTADOS DE JUSTICIA PROVIENEN DE -- LA BELLEZA DEL ALMA. LA BELLEZA DE LA VISTA Y EL OÍDO ES LA BELLEZA INTELECTUAL. LA PERFECCIÓN DE LA ESTÉTICA ES LA SENSIBILIDAD-- Y LA PLENITUD DE LA BELLEZA. ES NECESARIO ESCAPAR DEL MUNDO PARA QUE LA CONTEMPLACIÓN ESTÉTICA PUEDA PERCIBIR E INTUIR. PLOTINO -- ARGUMENTÓ QUE EL BIEN ES LO BELLO ACTUADO Y LA BELLEZA ES LO BIEN CONTEMPLADO.

LAS CONDICIONES GENERALES DEL RAZONAMIENTO SOBRE LA BELLEZA EN LA EDAD MEDIA SE QUEDARON ESTANCADAS DEBIDO A CAUSAS POLÍTICO-- SOCIALES DE LA ÉPOCA; CASI EN SU TOTALIDAD ESTABA PROHIBIDA LA -- EDICIÓN DE LIBROS, LA DIFUSIÓN Y DISCUSIÓN DE LAS IDEAS FUE SOME TIDA A LA CENSURA DE LA IGLESIA.

SAN AGUSTÍN SEPARÓ EL DOMINIO SENSIBLE DEL CONOCIMIENTO QUE SE APEGA A UNA IMAGEN DE LA VERDAD Y DE LA REALIDAD. LO SENSIBLE SIMBOLIZA LO ETERNO. EN TANTO, SANTO TOMÁS DE AQUINO AFIRMÓ QUE EL GUSTO ESTÁ EN EL EJERCICIO DE LAS FACULTADES: EL SENTIDO COMÚN, LA MEMORIA, LA IMAGINACIÓN Y EL JUICIO. LA VISTA Y EL OÍDO, SE SABÍA QUE PODÍAN PRODUCIR IMPRESIONES ESTÉTICAS. EL PLACER -- FRENTE A ALGO BELLO ES INTELLECTUAL Y USA EL JUICIO RACIONAL. EL OBJETO BELLO YA NO LO ES POR SU APARIENCIA, SINO POR LA FORMA INHERENTE A ÉL. LAS CARACTERÍSTICAS DE LO BELLO SUPREMO SON INTEGRIDAD Y PERFECCIÓN, JUSTA ARMONÍA Y CLARIDAD. NO TODO LO FORMAL ES BELLO.

DURANTE EL RENACIMIENTO SE DESCUBRIÓ AL INDIVIDUO OLVIDÁNDOSE DEL ESPÍRITU GREGARIO. SE RECONQUISTA LA FAMILIARIDAD CON LA NATURALEZA, LA BELLEZA DEL HOMBRE Y CON LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS DEL MISMO PARA EXPANDER SU SENSUALIDAD.

ALBERTI HABLÓ DE UNA ESTÉTICA DE LA PERFECCIÓN, LO QUE INTERESA ES EL PRINCIPIO DEL ORDEN. AQUÍ COINCIDE EL CONOCIMIENTO -- CIENTÍFICO CON EL IDEAL ARTÍSTICO. A LA IMITACIÓN DE LA NATURALEZA SE AGREGA LA BÚSQUEDA DE LA BELLEZA, ENFOCADA A LA DIVERSIDAD DE LAS FORMAS CREADAS Y A LA SIMETRÍA.

LEONARDO DA VINCI SIGUIÓ A ALBERTI, EXPLICÓ EL ARTE Y LA CIENCIA, LA ARMONÍA Y EL ORDEN.

EN FRANCIA, DURANTE EL SIGLO XVII, DOMINÓ EL CONCEPTO DE LO VERDADERO SOBRE LO BELLO. LA RAZÓN ES LA CUALIDAD SUPERIOR Y LA SENSIBILIDAD ES INFERIOR. EL ARTE ES SOMETIDO A REGLAS, A LA MORAL, A LA RELIGIÓN Y AL ESTADO. SE IMITÓ A LA ANTIGÜEDAD CLÁSICA Y SE AÑADIÓ LA ANTIGÜEDAD CRISTIANA. DE NUEVO LA ESTÉTICA PERTENECE ÚNICAMENTE AL INTELLECTO. EL ARTE CREA UNA ILUSIÓN, QUE NO -

SE DISTINGUE DE SU REPRESENTACIÓN. PARA DESCARTES LA OBRA DE ARTE TIENE UN ELEMENTO INCONSCIENTE QUE ES PRECISAMENTE LO ESENCIAL DE ELLA. ESTUDIÓ EL ARTE MUSICAL Y SUS LEYES: LA TÉCNICA Y FÍSICA DE LOS SONIDOS, ACORDES, CONSONANCIAS Y DISONANCIAS. DISTINGUIÓ LA DURACIÓN, LA INTENSIDAD, LA ALTURA, LA MEDIDA, EL RITMO Y LA NATURALEZA DEL COMPÁS. SU TEORÍA DE LAS PASIONES CONVIERTE AL SENTIMIENTO MUSICAL EN PASIÓN, ENTONCES EL SONIDO PRODUCIDO ARTIFICIALMENTE CON SENTIMIENTO PUEDE SER TAMBIÉN PASIÓN. LA CUALIDAD DE LOS POETAS, DICE RONSARD, ES LA INVENCION COMO DON DE IMAGINACIÓN QUE CONCEBE IDEAS Y FORMAS. CHAMBRAY, DICE QUE LA NATURALEZA ES SÓLO UN PUNTO DE PARTIDA QUE HAY QUE SUPERAR CON LAS VERDADES PARA PRODUCIR LA BELLEZA PERFECTA.

EN ESE MISMO SIGLO LA FILOSOFÍA EN INGLATERRA FUE REPRESENTADA POR BACON QUIEN DIVIDIÓ AL ENTENDIMIENTO EN IMAGINACIÓN COMO POESÍA, LA RAZÓN COMO FILOSOFÍA Y A LA MEMORIA COMO LA HISTORIA. A LA POESÍA LA DIVIDIÓ EN NARRATIVA, DRAMÁTICA Y PARABÓLICA; ÉSTA ÚLTIMA SE SIRVIÓ DE ALEGORÍAS Y SÍMBOLOS, ADEMÁS DE QUE FUE CONSIDERADA COMO LA MEJOR. HOBBS DIJO QUE LA IMAGINACIÓN NO SÓLO APORTÓ LA DIVERSIDAD Y QUE COMO LA FILOSOFÍA, CLASIFICA Y ORDENA.

PARA LOCKE LAS MANIFESTACIONES DEL ESPÍRITU SE REDUJERON A SENSACIONES SIMPLES QUE SON IDEAS COMPLEJAS. BERKELEY SUPONE LO BELLO EN LA SIMETRÍA, EN LA PROPORCIÓN Y LA PERFECCIÓN, MAS NO EN EL PLACER, LO SUPRASENSIBLE QUE DOMINA LO BELLO.

LA ESTÉTICA DEL SIGLO XVIII EN FRANCIA SE CENTRÓ EN TORNO A LAS IDEAS DE QUE LA RAZÓN ES DIFERENTE EN ESTE SIGLO: ES UN PODER CRÍTICO. CONSISTIÓ EN EXAMINAR LOS ERRORES QUE LA TRADICIÓN CONSIDERABA VERDADES. EL IDEAL DESESTIMÓ LOS SENTIMIENTOS, LA INDIVIDUALIDAD Y LOS PROBLEMAS METAFÍSICOS. ROSSEAU ABUNDÓ EN LA -

PARADOJA DIRIGIDA CONTRA LA LECTURA Y LA CIVILIZACIÓN.

LOS SENTIDOS IMPORTABAN PARA EL CONOCIMIENTO Y EL PENSAMIENTO FUE INCONCEBIBLE PARA LA SENSIBILIDAD; LA SENSACIÓN ES LA FUENTE DEL CONOCIMIENTO, MIENTRAS LA AFECTIVIDAD ES LA ESCENCIA DE LO BELLO. ÉSA ES LA IDEA FUNDAMENTAL MANEJADA POR LOS GERMANOS PARA LA COMPRESIÓN DE LA ESTÉTICA. LEIBNIZ SUPUSO QUE EL PLACER ES LA FASE SENTIMENTAL DE UN TRABAJO INTELECTUAL. LA PERFECCIÓN DE UNA OBRA DE ARTE RADICA EN SU UNIDAD DE LA VARIEDAD; ADEMÁS LA FORMA ES SOBREAÑADIDA PUES SE CREA A SÍ MISMA A TRAVÉS DE LA SUSTANCIA. BAUMGARTEN AFIRMÓ QUE LA ESTÉTICA ES LA CIENCIA DEL CONOCIMIENTO SENSIBLE. EL FUNDÓ EL CONCEPTO MODERNO DE ESTÉTICA BASADO EN RAÍCES GRIEGAS, AISTHESIS, PARA ENTENDERLA COMO TEORÍA DE LA BELLEZA. LESSING ESTUDIÓ LA FUNCIÓN SIMBÓLICA A TRAVÉS DE LA METÁFORA Y LA FIGURA CORPÓREA.

EN KANT EL DOMINIO ESTÉTICO SE BASÓ EN EL SENTIMIENTO, NO EN EL CONOCIMIENTO NI EN LA INTELIGENCIA, SINO EN LA SENSIBILIDAD. LO BELLO ES UNA FINALIDAD SIN CONCLUSIÓN. SU MÉTODO DE LA TELEOLOGÍA O CIENCIA DE LA FINALIDAD ES UNA CRÍTICA DE LO BELLO Y LO SUBLIME. LA POSTULACIÓN DE LA CAUSALIDAD DE LA IDEA ES LA EXPLICACIÓN DE LA BELLEZA MISMA. HAY UNA ARMONÍA INTERNA EN LOS OBJETOS BELLOS QUE CONSPIRAN ENTRE SUS PARTES Y EL TODO. HAY DOS TIPOS DE JUICIO, EL DETERMINANTE (QUE ORDENA UN OBJETO DE ACUERDO A LA IDEA O A LA REGLA) Y EL REFLEXIVO (QUE SE REMONTA DESDE EL OBJETO DE LA REGLA). EL JUICIO DEL GUSTO O ESTÉTICO ES UN PLACER, AUNQUE NO UNIVERSAL DEBIDO A SU SUBJETIVIDAD POR SER UNA IDEA INDEMOSTRABLE, SE PUEDE FUNDAR EN UN CONCEPTO, AÚN SI ÉSTE ES INDETERMINADO Y RELATIVO. LA NATURALEZA DE LO BELLO SE BASA EN CUATRO PUNTOS DETERMINANTES PARA ENTENDER EL JUICIO DEL GUSTO: 1) -

CUALIDAD-GUSTO, FACULTAD DE JUZGAR UN OBJETO DESINTERESADAMENTE; 2) CANTIDAD, ES BELLO TODO AQUELLO QUE GUSTA SIN CONCEPTO; 3) FINALIDAD, LA BELLEZA ES LA FORMA DE FINALIDAD DE UN OBJETO, PERCIBIDO SIN LA REPRESENTACIÓN DE UN DON; 4) MODALIDAD, ES BELLO TODO LO QUE ES RECONOCIDO SIN CONCEPTO COMO OBJETO DE UNA SATISFACCIÓN NECESARIA.

EN INGLATERRA, EN EL SIGLO XVIII, LA ESTÉTICA ES SUBJETIVISTA. LA ESCUELA ANALÍTICA ES PSICOLOGISTA, Y LA INTUICIONISTA ES-METAFÍSICA. EN ESTA ESCUELA EL PRINCIPIO DE BELLEZA OBJETIVA ES-LO FUNDAMENTAL. SHAFTESBURY SITUÓ LA IDEA ENTRE EL CAOS Y LA BELLEZA, QUE SE REALIZA EN LA ARMONÍA DEL MUNDO, SISTEMA EN DONDE-EL BIEN ES BELLO, Y LO BELLO VERDADERO. HE AQUÍ LA CONDICIÓN SOCIAL DEL ARTE QUE ASPIRA A LA LIBERTAD. DE ESTE MODO LA BELLEZA-SE RESUELVE EN LA MORAL (BUEN GUSTO) Y LA VERDAD DE LA POLÍTICA-Y LA RELIGIÓN. POR SU PARTE ADAM SMITH ANTEPONE LO ÚTIL A LO BELLO, CONCEPTO CONTRARIO AL DE HUTCHESON QUE SEPARA LO ÚTIL DEL BIEN Y LA BELLEZA PROCEDIENDO DE UN SENTIMIENTO ENGENDRADOR, INTERIOR DEL SENTIMIENTO MORAL. EN LA LÍNEA PSICOLOGISTA SE UBICA-HUME, QUIEN REMITE AL ARTE COMO SUJETO DE LA RAZÓN Y DEL GUSTO -PROPIO DEL ESPECTADOR. ESTE EXPERIMENTA PASIONES Y EMOCIONES, --PLACER Y AGRADO, FINALMENTE UN SENTIMIENTO O PENSAMIENTO VENIDOS DE LA PASIÓN.

ESTA DISCUSIÓN ESTÉTICA OFRECE A ALEXANDER GERALD UNA SOLUCIÓN RACIONALISTA: EL BUEN JUICIO NO ES DON NI EFECTO DEL ARTE, -SE DESARROLLA CON LAS FACULTADES IMAGINATIVAS EMPLEANDO LOS SENTIDOS INTERIORES O REFLEXIVOS. ES DECIR, LOS SENTIDOS CAPTAN LA BELLEZA, QUE ES FUENTE DE PLACER RACIONALIZADO SIGUIENDO EL CAMINO DE LA MORAL O DEL BUEN JUICIO.

EL ROMANTICISMO TRATÓ DE AFIRMAR LA VERDAD DEL ARTE, DE LA SOCIEDAD Y DEL ARTISTA, SEGÚN LA PERSPECTIVA DE LA HISTORIA, --- SAINT SIMON OPTÓ POR LA FÓRMULA DEL ARTE COMO REFLEJO, ADEMÁS -- EXALTÓ LA VIRTUD DEL ARTE POR SER COMUNITARIO Y SOCIAL. EXISTE - EN EL ROMANTICISMO FRANCÉS UNA POSTURA SENSUALISTA QUE DA CABIDA A LOS SENTIMIENTOS DE REALIZACIÓN ESPIRITUAL Y MÍSTICA. POR SU - PARTE THOMAS JOUFFROY ADVIRTIÓ LA IDEA DE ORDEN Y LA IMPORTANCIA DEL JUICIO EN LA ESTÉTICA. GUYAU TRATÓ DE ENCONTRAR UN ARTE ORGÁNICO CON LA NATURALEZA PROPIA (FUERZA, ARMONÍA Y GRACIA) QUE PRODUJERA SENSACIONES AGRADABLES Y UNIVERSALES. MIENTRAS QUE TAINÉ RETOMÓ EL CARÁCTER CULTURAL DEL ARTE: RAZA, AMBIENTE Y MOMENTO.

EN ALEMANIA LA TEORÍA ESTÉTICA ADQUIRIÓ UN RANGO FILOSÓFICO. LOS ESTETAS DESARROLLARON LOS CONCEPTOS DE SENSUALIDAD, INTELECTO E HISTORIA. EN HERDER DOMINÓ LA SENSUALIDAD DE ÍNDOLE UNIVERSAL; EN SCHILLER PREVALECIÓ UN VITALISMO EN EL QUE LA BELLEZA SE HALLÓ ENTRE LA VIDA Y LA MORAL DE LA NATURALEZA Y FORMA; EL ARTE ES SUPLEMENTO DE LA POLÍTICA Y LA MORAL. LOS INSTINTOS HUMANOS SON SENSIBLES, FORMALES Y LÚDICOS. EN ELLOS LA BELLEZA EXISTE DE DOS MODOS: SUAVE Y ENÉRGICA. SU ARMONÍA CONDUCE AL HOMBRE-SENSIBLE HACIA EL PENSAMIENTO, Y AL INTELECTUAL HACIA LA SENSIBILIDAD. FICHTE NO SEPARÓ AMBOS ELEMENTOS, LO SENSIBLE Y EL INTELECTO, LOS CUALES SE FUNDEN EN UNA UNIDAD. HEGEL HEREDA LA PERSPECTIVA DE SCHILLER AL CONSIDERAR LA IDEA ESTÉTICA ENTRE LA SENSIBILIDAD Y EL ENTENDIMIENTO; PARTE DE LA UNIDAD DE AMBOS Y AFIRMA QUE EL PROCESO ESTÉTICO SE ORIGINA EN EL ESPÍRITU; LO BELLO - DEL ARTE ES LA BELLEZA EMANADA DE ÉL MISMO, YA QUE EL ESPÍRITU - PROYECTA LA BELLEZA EN LA NATURALEZA. ADVIRTIÓ EL CARÁCTER HUMANO EXCLUSIVO DEL ARTE, CREADO PARA LA SENSIBILIDAD DEL HOMBRE, -

CONSTITUYENDO EL ARTE UN FIN EN SÍ MISMO. SU SISTEMA DE LAS ARTES COMPRENDE UNA ESTÉTICA GENERAL, ESTUDIA LA BELLEZA ARTÍSTICA Y LA UNIDAD ENTRE IDEA Y FORMA. TAMBIÉN UN SISTEMA DE LAS ARTES A PARTIR DE LA IDEA DE SISTEMA, DONDE LAS FORMAS DE ARTE SIMBÓLICO CLÁSICO Y ROMÁNTICO SON FUNDAMENTALES. EL ARTE SIMBÓLICO ES UNA IDEA ABSTRACTA, INADECUADA A LA FORMA, EL ARTE CLÁSICO ES LA INADECUACIÓN DE TODO OBJETO FINITO Y SENSIBLE. EN ESENCIA SCHOPENHAUER SIGUE A HEGEL EN CUANTO AL CARÁCTER ESPECÍFICAMENTE HUMANO DEL ARTE, PUES AFIRMA QUE UNA COSA ES BELLA SI LA CONTEMPLACIÓN ES OBJETIVADA.

NIETZSCHE TRATA DE UNA ESTÉTICA QUE INVOLUCRA UN INSTINTO METAFÓRICO Y OTRO VERBAL DE ABSTRACCIÓN. ES UNA SÍNTESIS QUE ABARCA LAS BELLAS ARTES ESTRUCTURADAS COMO UN CONJUNTO UNITARIO, EN EL QUE PREDOMINA EL PRINCIPIO APOLÍNEO, ESFERA DE LAS FORMAS Y DE LA ALEGRÍA; Y EL PRINCIPIO DIONISIACO, DONDE SE PRODUCE LA DESAPARICIÓN DEL PRINCIPIO DE INDIVIDUALIDAD. EL CAMINO CORRECTO DE ESTA FUSIÓN ES LA TRAGEDIA GRIEGA, LUGAR DE MESURADA INTELECTUALIDAD Y APASIONADA VOLUNTAD.

LA CUESTIÓN DEL MISTICISMO, LA MORAL, LA CONVENIENCIA SOCIAL OCUPA A LOS ESTETAS INGLESES DURANTE EL SIGLO XIX. RUSKIN FUNDAMENTA LA ACTITUD ESTÉTICA EN LA SIMPATÍA POR LAS COSAS, CUYA CUALIDAD ES MORAL-RELIGIOSA. EN UN SENTIDO SENSUALISTA SPENCER AFIRMÓ EL CARÁCTER MIMÉTICO DEL ARTE, DE NATURALEZA PLACENTERA Y PENOSA.

LA REFLEXIÓN ESTÉTICA EN NUESTRO SIGLO SE CONCENTRA EN LA PERCEPCIÓN DE LA ESTÉTICA DE UN MODO RACIONALISTA, EN EL QUE LAS FACULTADES INTUITIVAS Y SENSUALISTAS OCUPAN UNA JERARQUÍA INFERIOR. ESTA POSICIÓN ES FUNDAMENTAL EN LOS ESTETAS FRANCESES, Y -

VICTOR BASCH CONSTITUYÓ LA ESTÉTICA COMO CIENCIA. LA ACTITUD ESTÉTICA RADICA EN LA SIMPATÍA HACIA LOS OBJETOS DE LA NATURALEZA-SOBRE LOS CUALES EXISTEN SENTIMIENTOS SIMBÓLICOS. ESTE PROCESO - ES UNA SIMBIÓISIS ENTRE EL UNIVERSO Y EL YO: EL CONCEPTO QUE MANEJÓ DE LO BELLO ES DE UNA SIMPATÍA SIMBÓLICA. EL HOMBRE SE CONCRETÓ A PERCIBIR DESDE SU INTERIOR. POR SU PARTE PAUL VALÉRY ELABORÓ OTRO CONCEPTO RIGUROSO, DONDE LA ESTÉTICA ES UN CONJUNTO O -- SISTEMA DE DOCTRINAS Y MÉTODOS QUE SE OCUPAN DEL ARTE. DIVIDIÓ A LA ESTÉTICA EN HISTÓRICA, QUE INVESTIGA INFLUENCIAS Y ORÍGENES - DEL ARTE, Y EN ESTÉTICA CIENTÍFICA, QUE ES EL ANÁLISIS DE OBRAS.

DIJO QUE UN FENÓMENO ELEMENTAL DE LA SENSACIÓN ES EL FENÓMENO FUNDAMENTAL DE LA CIENCIA DE LO BELLO. LA ESTÉTICA ESTRECHÓ - SU NATURALEZA CON LA LITERATURA, CON CORRIENTES DE MISTICISMO COMO SUCEDIÓ CON ANDRÉ MALRAUX, QUIER RATIFICÓ EL CARÁCTER CREADOR DEL ARTE, SIEMPRE QUE CONSISTA EN UNA VISIÓN DE LO SOBRENATURAL- E INHUMANO. MAURICE NEDONCELLE SEÑALÓ QUE LO BELLO CREA UN UNI-- VERSO ESTÉTICO DIFERENTE AL MUNDO REAL.

LOS ESTETAS ALEMANES SE DESENVUELVEN ENTRE UNA CIENCIA GENERAL DEL ARTE, EN UN SENTIDO EXPERIMENTAL Y PSICOLÓGICO, DONDE ESTÁN LA ETNOLOGÍA, LA ETNOGRAFÍA Y LA SOCIOLOGÍA. THEODOR LIPPS - SOSTUVO QUE LA ACTIVIDAD SIMBÓLICA CONSTITUYE EL MEOLLO DEL PROBLEMA, QUE ES LA INTENSIFICACIÓN DE NUESTRO YO Y EL GOZO QUE A-- COMPAÑA A TODO VALOR EN ACCIÓN, LA INTENSIDAD DEL SUJETO EN EL - OBJETO QUE ES EL PRINCIPIO QUE DOMINA EN LA ESTÉTICA. PARA MAX - SCHELER LA ESPECIFICIDAD DE LA SIMPATÍA SIMBÓLICA SE PRODUCE --- CUANDO EL YO Y EL NO YO DEJAN DE SER OPUESTOS PARA CONVERTIRSE - EN OBJETOS SIMBÓLICOS.

EN ITALIA BENEDETTO CROCE RECONOCIÓ EN EL HOMBRE DOS TIPOS-DE CONOCIMIENTO: EL INTUITIVO QUE ES FORMADOR DE IMÁGENES Y EL - LÓGICO QUE ES FORMADOR DE CONCEPTOS; DE HECHO, EL INTELECTO PRODUCE AMBOS CONOCIMIENTOS Y ENTONCES EL CAMINO ADECUADO PARA RECONOCER EL ARTE ES EL REENCUENTRO DE LA INTUICIÓN DEL ARTISTA, LIBRE DE NORMAS. EL ARTE ES AUTÓNOMO, ATIENDE A LA FORMA, A LA INTENSIÓN Y AL LIRISMO DE LAS OBRAS DE ARTE. LA TENDENCIA DE LA ESTÉTICA ITALIANA ES LA SIMBOLIZACIÓN DE LA VIDA EN TODAS SUS EXPRESIONES.

LA ESTÉTICA INGLESA RETOMA LOS CONCEPTOS GENERALES DE LA FILOSOFÍA, AUNQUE SE ALEJA DE TODA TEORÍA METAFÍSICA. POR DIFERENTES MEDIOS, PRINCIPALMENTE EXPERIMENTALES, LOS ESTETAS NORTEAMERICANOS INTENTAN LOCALIZAR LA BASE MATERIAL-SOCIAL Y COMPROBABLE DEL CARÁCTER ESPECÍFICO DE LO BELLO.

1.1 CONCEPTO DE ESTÉTICA

EL PRINCIPIO FUNDAMENTAL DE LA ESTÉTICA ES EL PROBLEMA DE LA BELLEZA QUEDANDO POR DEFINIR LO QUE ES BELLO. LA CUESTIÓN SE CIRCUNSCRIBE A LA CULTURA, ENTENDIDA COMO CONJUNTO DE ELEMENTOS SOCIALES QUE RODEAN E INFLUYEN AL HOMBRE, DONDE SE CONSIDERA A LO BELLO DE ACUERDO CON LAS CATEGORÍAS SOCIALES. EN LA SOCIEDAD PREVALECN DIFERENTES CRITERIOS PARA CONCEPTUAR A LA BELLEZA; ESTE PROCESO DE DEFINICIÓN OBEDECE A LAS IDEALIZACIONES INDIVIDUALES SOBRE EL TÉRMINO. ASÍ SE ABRE LA DICOTOMÍA ENTRE EL HECHO SENSIBLE Y LA NORMA DE BELLEZA, SIENDO LO SENSIBLE UN ELEMENTO RELATIVO QUE DEPENDE DE EXPERIENCIAS PARTICULARES. LA NORMA ESTÉTICA BUSCA LA SÍNTESIS DE LAS SENSACIONES HUMANAS PARA LLEGAR A UN CONCEPTO UNIVERSAL. LA SOLUCIÓN PROPUESTA POR RAYMOND BAYER ES ARMONIZAR EL HECHO SENSIBLE CON EL ARTE, Y TAMBIÉN REFLEXIONAR SOBRE ARTE Y BELLEZA.

LO BELLO, LO ARTÍSTICO Y LO SENSIBLE HAN SIDO ESTUDIADOS POR ESTETAS Y ARTISTAS EN LA HISTORIA, UTILIZANDO SIEMPRE A LA ESTÉTICA COMO FUNDAMENTO TEÓRICO, DE APOYO TÉCNICO Y METODOLÓGICO PARA DEFINIR LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA MATERIA.

LO SENSIBLE ES EL EFECTO MOTIVANTE DEL CONTEMPLADOR (ACTOR) QUE ES CAUSADO POR UN OBJETO QUE HA SIDO CALIFICADO COMO BELLO. LO BELLO ES EL CONCEPTO EN QUE SE BASA LA ESTÉTICA PARA DEFINIR EL ARTE Y LO ARTÍSTICO; ÉSTO NO ES SENCILLO DEBIDO A LAS DIFICULTADES QUE REPRESENTA ACLARAR LA IDEA DE BELLEZA A TRAVÉS DE LA SENSIBILIDAD, PUESTO QUE EL HECHO SENSIBLE ES RELATIVO.

LO ARTÍSTICO ES LA VALORACIÓN ESTÉTICA DE UN OBJETO GRACIAS

A LOS INSTRUMENTOS Y MÉTODOS APLICADOS POR LA REFLEXIÓN ACERCA - DE LA BELLEZA, LA SENSIBILIDAD Y EL ARTE (ESTÉTICA).

LA ESTÉTICA ES LA REFLEXIÓN (ESTUDIO) SOBRE EL FENÓMENO DEL ARTE Y DE LA BELLEZA, PARA LO CUAL REQUIERE TRES ELEMENTOS: EL - OBJETO MISMO DEL ARTE, LA VALORACIÓN DEL OBJETO COMO BELLO Y LA SENSIBILIDAD (PERCEPCIÓN SUBJETIVA Y RELATIVA DEL OBJETO). LA ES - TÉTICA PERMITE ANALIZAR LAS CUALIDADES Y CARACTERÍSTICAS DE LA - BELLEZA CONTENIDAS POR EL OBJETO ARTÍSTICO; EL PRIMER CONTACTO - CON ÉSTE, SUCEDE A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS. ES UN MOMENTO RELATI - VO Y SUBJETIVO. EL ELEMENTO OBJETIVO DE LA ESTÉTICA SE LOGRA POR MEDIO DE LA VALORACIÓN DEL OBJETO COMO ARTE.

EL ARTE CONJUGA A TODOS LOS OBJETOS QUE HAN SIDO CREADOS PA - RA CONSTRUIR EL ESPACIO HISTÓRICO DEL HOMBRE, OBLIGANDO A CAMBIAR CONCEPTUAL, ÉTICA Y FILOSÓFICAMENTE. ESTO SE LLEGA A REALIZAR -- CUANDO HAY UNA ESTÉTICA O UNA REFLEXIÓN SOBRE EL OBJETO Y SE CON - CLUYE QUE ES ARTÍSTICO. SI ESE OBJETO DESPERTÓ LA SENSIBILIDAD - PARA SU REFLEXIÓN, EL REQUISITO FUE LA BELLEZA SUBJETIVA DEL MIS - MO.

1.2. CONCIENCIA ESTETICA

CONSIDEREMOS, DE ACUERDO CON LOS POSTULADOS DE EMMANUEL --- KANT, A LA CAPTACIÓN DE LOS DIVERSOS ESTÍMULOS DEL MUNDO COMO EL MOMENTO ELEMENTAL QUE PERMITE RELACIONARNOS CON LA BELLEZA. SEGÚN EL SISTEMA DE KANT, ELLO SUCEDE DESPREJUICIADAMENTE SIN RECURRIR AL CONCEPTO-NORMA DE LO BELLO. ESTE MOMENTO ES SENSORIAL Y SENSIBLE. POR SU PARTE, RAYMOND BAYER COMENTA QUE EL HECHO SENSIBLE AL VALERSE DE LA RAZÓN PROFUNDIZA SU EXPERIENCIA PUES REFLEXIONA ACERCA DE LOS PROBLEMAS ARTÍSTICOS Y ANALIZA EL PENSAMIENTO ESTÉTICO DE LOS TEÓRICOS Y FILÓSOFOS DE LAS DIVERSAS ETAPAS HISTÓRICAS. DE ESTE MODO, LA CONCIENCIA ESTÉTICA ESTA EN LA CONDICIÓN DE LO SENSIBLE EN EL SENTIDO ESTRICTO Y EN LA CATEGORÍA DE LO INTELLECTUAL, DE CONFRONTACIÓN TEÓRICA Y DE POSIBILIDADES DE EDUCACIÓN ESTÉTICA (APREHENDER CONOCIMIENTOS ARTÍSTICOS PARA APLICARLOS). LA PRIMERA ACTIVIDAD LÓGICA ES EL ESTUDIO, COMO DICE PAUL VALÉRY AL REFERIRSE A LA ESTÉTICA HISTÓRICA.

LA CONCIENCIA ESTÉTICA PROPONE SENSIBILIZAR LA RAZÓN PARA APLICARLA A LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS DESDE UNA POSICIÓN CRÍTICA, FILOSÓFICA E HISTÓRICA. CON ESTO LA CONCIENCIA ESTÉTICA SE PROPONE EL ESTUDIO HISTÓRICO DEL ARTE COMO FUENTE HUMANIZADA DONDE SE LOCALIZA LO BELLO, LO BELLO HUMANO Y LA ESTÉTICA. ESTO SE LOGRA A PARTIR DEL CONOCIMIENTO DE LOS PROBLEMAS SOCIOLÓGICOS DEL ARTE Y DE LOS PROBLEMAS ESTRICTAMENTE ORGÁNICOS DE ÉL. TAMBIÉN LA SENSIBILIZACIÓN DE LA RAZÓN PERMITE UNA APERTURA MAYOR PARA LA REFLEXIÓN ESTÉTICA.

2. LA TRIADA: COMUNICACION-IDEOLOGIA-ESTETICA

LA ENAJENACIÓN HA SIDO MOTIVO DE ESTUDIOS DENTRO DE LA TEORÍA DE LA IDEOLOGÍA REALIZADOS POR LOS INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN. LOS MEDIOS COLECTIVOS DE INFORMACIÓN ORIGINAN LA ENAJENACIÓN SOCIAL. LAS INFLUENCIAS DE LOS MENSAJES ELIMINAN LA CAPACIDAD DE ACCIÓN AUTÓNOMA Y SON EFECTO DE LA MANIPULACIÓN EJERCIDA POR LOS DUEÑOS DE LOS MEDIOS, SEA EL ESTADO O LA BURGUESÍA DOMINANTE.

"LOS APARATOS IDEOLÓGICOS DEL ESTADO"¹ SON LOS REPRESORES SOCIALES, EJEMPLO DE ELLOS SON LA IGLESIA, LA ESCUELA, LA FAMILIA, EL SISTEMA POLÍTICO, LOS PARTIDOS, EL PODER JUDICIAL, LOS SINDICATOS, LAS INSTITUCIONES CULTURALES Y LOS SISTEMAS QUE MANEJAN INFORMACIÓN. TODOS ELLOS CONSTITUYEN, EN CONJUNTO, AGENTES INTRODUCIDORES DE IDEOLOGÍA EN LA SOCIEDAD.

EN TEORÍA DE COMUNICACIÓN SE ENUNCIAN DOS NOCIONES PARA COMPRENDER LA DINÁMICA TEÓRICA Y PRÁCTICA DE ESTE PROCESO. UNO ES EL CARÁCTER MASIVO Y OTRO ES EL CONCEPTO DE IDEOLOGÍA. SE DA POR ENTENDIDA LA EXISTENCIA DE LA COMUNICACIÓN MASIVA, CUYO RAZGO FUNDAMENTAL ES ESTAR SOMETIDA A LOS INTERESES DE LOS DUEÑOS DE LOS MEDIOS Y SU CAPACIDAD DE MASIFICACIÓN. ÉSTA SITUACIÓN PROPICIA QUE LOS MENSAJES SEAN, DEBIDO A SU CUALIDAD BURGUESA, IDEOLÓGICOS Y, EN CONSECUENCIA, ALIENANTES. ADEMÁS, A FAVOR DE ÉSTA TESIS, LA RADIO, LA TELEVISIÓN, LA PRENSA Y EL CINE DEBIDO A SU CAPACIDAD DE DIFUSIÓN, TIENDEN A HOMOGENEIZAR, EN TÉRMINOS IDEOLÓGICOS, A LA SOCIEDAD SOBRE LA QUE SE REALIZAN LOS PROYECTOS CAPITALISTAS DE DOMINACIÓN. ASÍ LA MASIFICACIÓN SE EXPLICA EN UN SENTIDO CUANTITATIVO, DONDE SÓLO EL NÚMERO DE RECEPTORES DE MENSAJES DETERMINAN -

1 LOUIS ALTHUSSER, LA FILOSOFÍA COMO ARMA DE LA REVOLUCIÓN, CUADERNOS DE PASADO Y PRESENTE, MÉXICO, 1981, P. 97

SU CAPACIDAD.

EL TRATAMIENTO QUE SE HA DADO A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y A LA CULTURA ES QUE SON ELEMENTOS INTERNOS DEL SISTEMA POLÍTICO-IDEOLÓGICO, QUE CUMPLEN CON LA FINALIDAD DE MANIPULAR A LAS MASAS SEGÚN SU CONVENIENCIA. EN ESTA POSICIÓN SE AFIRMA QUE LA EXPROPIACIÓN DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN SERÍA EN BENEFICIO DEL PROLETARIADO, PRODUCIÉNDOSE ASÍ LA VERDADERA COMUNICACIÓN POPULAR, DEMOCRÁTICA Y LIBERADORA, DONDE LA HISTORIA INFLUYE PUESTO QUE EN SUS DIFERENTES ETAPAS (PRIMITIVA, ESCLAVISTA, FEUDALISTA, CAPITALISTA, SOCIALISTA Y COMUNISTA) INDICA QUE HAY UNA VÍA HISTÓRICA PARA QUE EL MUNDO LLEGUE A LA ETAPA SUPERIOR.

EL TRATAMIENTO IDEOLÓGICO Y LA CRÍTICA SOCIAL, POLÍTICA Y ECONÓMICA PRINCIPALMENTE, HAN SIDO LOS ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN MARXISTA DE LA COMUNICACIÓN.

LA ESTÉTICA CUENTA CON ESOS ELEMENTOS CONCEPTUALES Y OTROS COMO EL ARTE, PARA COMPRENDER LA COMUNICACIÓN, ENTENDIDA COMO UN PROCESO COMPLEJO DE INTERCAMBIO DE IDEAS, CULTURA Y SOCIEDAD. EL ESTUDIO SOCIOLÓGICO DEJA DE SER DETERMINANTE PUES SÓLO ABARCA ALGUNOS ASPECTOS DEL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS, CON UN LENGUAJE PROPIO Y AUTÓNOMO EN LA INVESTIGACIÓN ESTÉTICA EN COMUNICACIÓN.

LA COMUNICACIÓN ESTÉTICA SE INTERESA PRINCIPALMENTE EN LOS VALORES ARTÍSTICOS DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS SIN DESCUIDAR EL SISTEMA Y CÓDIGO DE COMUNICACIÓN (LENGUAJE) PUES ES LA MANIFESTACIÓN DE SUS EXPRESIONES; TAMPOCO LAS POSIBILIDADES DE EXPRESIÓN ARTÍSTICA CONSTITUIDAS POR LA NEGACIÓN DE UN LENGUAJE Y LA PROPOSICIÓN DE OTRO, SIN OLVIDAR LOS ELEMENTOS CRÍTICOS Y SOCIALES.

SI LA DESALIANACIÓN CONSISTE EN RECONOCER AL HOMBRE COMO SUJETO HISTÓRICO, EN SU PERSPECTIVA FILOSÓFICA Y PRÁCTICA, ÉSTE NOTAN SÓLO MODIFICA UNA REALIDAD POLÍTICA, SINO TODA LA ESTRUCTURA DEL LENGUAJE. EL HOMBRE ADOPTA UNA POSTURA ESTÉTICA DEBIDO A UNA REFLEXIÓN ACERCA DEL ARTE Y DE LA BELLEZA, QUE ES LA "FORMULACIÓN DEL MUNDO"² Y FORMULACIÓN DESDE EL LENGUAJE, QUE SE CONVIERTE EN VERDADERO CONOCIMIENTO Y AUTOCONOCIMIENTO. ES ÉSTA LA ESPECIFICIDAD DE LA DESALIANACIÓN A PARTIR DE UNA ACTITUD ESTÉTICA.

2 DIETER JÄHNIG, HISTORIA DEL MUNDO, HISTORIA DEL ARTE, FCE, BREVARIOS 412, MÉXICO, 1982, P. 21.

2.1 CRITICA SOBRE LA TEORIA DE LA COMUNICACION Y LA RADIOFONIA

LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN EN EL ÁMBITO LATINOAMERICANO - HA SIDO COMPRENDIDA POR LA CORRIENTE MARXISTA DE LA COMUNICACIÓN EN SUS ASPECTOS SOCIOPOLÍTICOS Y ECONÓMICOS. LA LUCHA ARMADA POR LA REVOLUCIÓN SOCIALISTA DENTRO DE LOS REGÍMENES CAPITALISTAS Y LA FUNCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO REVOLUCIONARIO HACIA EL SOCIALISMO Y EL COMUNISMO, ES DE PRIMORDIAL IMPORTANCIA PARA IMPULSAR, INFLUENCIAR Y GUIAR EL CAMBIO SOCIAL.

ES NECESARIO SANEAR LA COMUNICACIÓN EMITIDA POR LOS MEDIOS - A TRAVÉS DE UNA REVOLUCIÓN ESTRUCTURAL, FUNDAMENTO PARA LOGRAR - UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA Y LIBERADORA. ESA ES LA CONDICIÓN - DE UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN, EN DONDE LA HEGEMONÍA DE LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN Y MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN PERTENEZCA A LA CLASE PROLETARIA.

LA LUCHA DE CLASES, LA INVESTIGACIÓN, LA CRÍTICA DE LA IDEOLOGÍA DOMINANTE Y LAS EXPRESIONES SOCIALISTAS PARA UN CAMBIO SOCIAL Y COMUNICATIVO, ASÍ COMO EL ESTUDIO DE LOS MEDIOS SON LOS ELEMENTOS CONCEPTUALES DE LA COMUNICACIÓN PARA LA CORRIENTE MARXISTA.

"LAS IDEAS DOMINANTES DE UNA SOCIEDAD DIVIDIDA EN CLASES -- SON LAS DE LA CLASE DOMINANTE"³. ES LA IDEA GENERALIZADA ENTRE - LOS COMUNICÓLOGOS LATINOAMERICANOS PARA CRITICAR A LOS SISTEMAS - CONTRARIOS AL COMUNISMO. SIN EMBARGO, LAS IDEAS DOMINANTES DE --

3 ARMAND MATTELART, COMUNICACION MASIVA Y REVOLUCION SOCIALISTA, DIÓGENES, MÉXICO, 1976, P. 24

UNA SOCIEDAD CUALQUIERA PERTENECEN VERDADERAMENTE A LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PODER POLÍTICO Y ECONÓMICO DE ESA SOCIEDAD. -

MATTELART ESTUDIÓ LA COMUNICACIÓN EN CHILE CON SUS PARTICULARIDADES Y POR EXTENSIÓN LA DE LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS, MAS NO CON SUS PROPIAS CARACTERÍSTICAS. SUPONE UNA REVOLUCIÓN SOCIALISTA PARA RESOLVER LA CRISIS HISTÓRICA POR LA QUE ATRAVIESA LATINOAMÉRICA, EN ESPECIAL EN MATERIA DE COMUNICACIÓN. PRESAGIA LAS EXIGENCIAS SURGIDAS POR UN CAMBIO DEL CONJUNTO DE LAS RELACIONES SOCIALES.

EL AUTOR MARXISTA DE ESTUDIOS LATINOAMERICANOS CITÓ UN ARTÍCULO DE LA PRENSA LIBERAL CHILENA "LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN NO ESTÁN EN CONDICIONES DE CIMENTAR EL SABER, EL GUSTO POR LO BELLO Y EL SENTIDO CRÍTICO"⁴. EL LUGAR DE LA CINEMATOGRAFÍA - EL ARTE SE LO RESERVÓ DESDE HACE AÑOS, EL PERIODISMO LITERARIO - TAMBIÉN LO TIENE, LA TELEVISIÓN Y LA RADIO SON MEDIOS QUE SÍ CONTIENEN MENSAJES ESTÉTICOS, CULTURALES, DE CONOCIMIENTO GENERAL Y, POR TANTO DE SENTIDO CRÍTICO.

LLAMA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA FETICHES, A LOS QUE LES ATRIBUYE CUALIDADES SOBRENATURALES. LOS MEDIOS ACTÚAN, DICE, EN VEZ DE QUE LO HAGAN LOS HOMBRES, MIENTRAS ÉSTOS SE COSIFICAN.

MITOLOGÍA E IDEOLOGÍA EN EL LENGUAJE DE MATTELART SON UN --- CUERPO RACIONAL DE MECANISMOS QUE APUNTAN A OPACAR LAS RELACIONES SOCIALES DE LA SOCIEDAD BURGUESA, LOS MEDIOS SON MITOLÓGICOS YA-- QUE CONSTITUYEN UN PODER TECNOLÓGICO DE MANIPULACIÓN Y ADOCTRINAMIENTO DE UNA CLASE SOCIAL POR OTRA.

4 IBID., P. 21

LOS ELEMENTOS TEÓRICOS SOBRE LA COMUNICACIÓN SON LOS MISMOS QUE SE SIGUEN UTILIZANDO PARA HACER ANÁLISIS DE SISTEMAS Y FORMAS DE ORGANIZACIÓN IDEOLÓGICA Y POLÍTICA DE DETERMINADA SOCIEDAD, UTILIZANDO EL ESTUDIO DEL PODER, LA MERCANCÍA, LAS CLASES SOCIALES, EL CAPITAL Y, PRINCIPALMENTE DEL ESTRUCTURAL CAMBIO SOCIAL. SIGUIENDO LA LÓGICA ARGUMENTAL HAREMOS OTRO TIPO DE ANÁLISIS DE SITUACIONES DE COMUNICACIÓN CON ELEMENTOS QUE TEORIZAN Y VALORAN DE OTRA MANERA A LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS LOS CUALES NO SÓLO NECESITAN POLITIZARSE O SOCIALIZARSE CON UNA IDEOLOGÍA PROVENIENTE DE LOS QUE TIENEN QUE VER CON LA FORMACIÓN, EMISIÓN Y RECEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

PARA HACER UN ANÁLISIS DE SITUACIONES DE COMUNICACIÓN CON ELEMENTOS DIFERENTES A LOS MARXISTAS, DEBEMOS INICIAR POR TOMAR EN CUENTA LOS CONCEPTOS PRINCIPALES ENTRE LOS CUALES GIRAN LAS DISCUSIONES Y CRÍTICAS ORTODOXAS MARXISTAS.

ANTES APRECIEMOS ESTAS CATEGORÍAS:

- 1) NO SÓLO EL MUNDO CAPITALISTA ES CAÓTICO ECONÓMICA, POLÍTICA Y SOCIALMENTE, SIN ESTAR EXENTO DE CAER MÁS PROFUNDAMENTE EN SU CRISIS SOCIAL.
- 2) DEBIDO A LA CRISIS HISTÓRICA DEL DEVENIR LATINOAMERICANO, EXISTE UN DESEQUILIBRIO EDUCATIVO, CULTURAL Y, POR TANTO, INFORMATIVO.
- 3) LA COMUNICACIÓN NO SE DA EN PLENITUD EN LOS MEDIOS MASIVOS POR LA CENSURA, LA PRESENTACIÓN Y LA JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LA BAJA CAPACIDAD DE RETROALIMENTACIÓN, INTRÍNSECA A LOS MEDIOS COLECTIVOS DE DIFUSIÓN.

LOS CONCEPTOS Y ASPECTOS MARXISTAS MÁS IMPORTANTES PARA ANALIZAR A LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y A LA MISMA COMUNICA

CIÓN SON: HISTORIA, CULTURA, INFORMACIÓN, AGREGANDO NOSOTROS ARTE, SABER, SENTIDO CRÍTICO Y ENTRETENIMIENTO.

HISTORIA: CUANDO SE INTERPRETA A LA HISTORIA EN ALGÚN MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN SOBRE UN PROCESO SOCIAL, SE CRITICA QUE - ES UNA FRACCIONIZACIÓN DE LA HISTORIA, SITUACIÓN QUE PROPICIA SU TEORIZACIÓN HISTORICISTA, CREÁNDOSE INFORMACIÓN DE ACUERDO CON - EL ESPACIO, CAPACIDAD Y LENGUAJE DEL MEDIO.

LA TERGIVERSACIÓN DE LA HISTORIA POR LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN TAMBIÉN SE DA EN CUANTO A VERSIONES EXISTEN DE UN HECHO CONSUMADO HISTÓRICAMENTE. HASTA PLANTEARSE VERSIONES EN FUNCIÓN DE LA - MANERA DE PENSAR DE CADA HOMBRE Y SOBRE LA CORRIENTE IDEOLÓGICA- QUE ASIMILE.

CULTURA: LA RELACIÓN ENTRE PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN HA MODELADO LA CULTURA DEL CONSUMISMO. LOS INTERESES ECONÓMICOS INVOLUCRAN CAMPOS DEL ARTE EN LA PRODUCCIÓN DE ANUNCIOS COMERCIALES, POR EJEMPLO, SU RESULTADO ES LA LLAMADA INDUSTRIA CULTURAL DONDE SE APROVECHAN Y ABSORBEN LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS PARA INCORPORARLAS AL PROYECTO DE MASIFICACIÓN DEL CONSUMO.

PENSAR QUE LA CULTURA SE PRODUCE COMO MIMESIS INMEDIATA DEL MODELO CONSUMISTA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EQUIVALE A NEGAR LA DINÁMICA CORRESPONDIENTE A LA FORMACIÓN DE LA CULTURA. LA CULTURA COMO PROCESO SOCIAL COMPLEJO Y ORGÁNICO, TIENE LA CUALIDAD- DE INCORPORAR LOS PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA CULTURAL, O BIEN DE DESECHARLOS. ESTO IMPLICA RECONOCER LA IDENTIDAD DE LA PROPIA -- CULTURA, CUYA RELACIÓN CON LOS MEDIOS ES DE MUTUA INFLUENCIA, -- AUNQUE EL TRATAMIENTO QUE SE HACE DE ELLA EN OCASIONES ES PARCIAL. BIEN SABEMOS QUE LA INDUSTRIA DE LA CONCIENCIA, HA HECHO QUE LA

CULTURA SEA FRACCIONADA Y DESCONTEXTUALIZADA AL IGUAL QUE LA HISTORIA. LA INDUSTRIA CULTURAL INICIÓ HACE BASTANTES AÑOS SUS PLANES PROPAGANDÍSTICOS LOS QUE HAN CREADO EN ALGUNA MEDIDA A UNA SOCIEDAD CONSUMISTA Y MOLDEADA A LOS CÁNONES ESPECIFICADOS POR EL CAPITALISMO. HABLAMOS DE UNA SOCIEDAD CAPITALISTA ASÍ COMO DE UNA TERCERMUNDISTA EN DONDE EXISTEN DIFERENCIAS IDEOLÓGICAS, POLÍTICAS, ECONÓMICAS Y CULTURALES, ALGUNAS DE DEPENDENCIA Y OTRAS CARACTERÍSTICAS DE ÉSTAS.

PARADÓJICAMENTE EL MODELO SOCIAL DE COMUNIDAD, EXISTE LA POSIBILIDAD DE REFLEXIÓN DE LOS RECEPTORES, LOS CUALES NO PERMITEN QUE LOS VALORES CONSUMISTAS Y DE IDEOLOGÍA DOMINANTE LOS GUÍEN. POR TODO ELLO LA INDUSTRIA DE LA CULTURA A TRAVÉS DE LOS MEDIOS NO ES TAN VÁLIDA Y CERTERA.

ARTE: SE HA REPROCHADO A LOS MEDIOS LA ESCASA DIFUSIÓN QUE SE DA AL ARTE, CRITICÁNDOSE, ADEMÁS, DEL MAL MANEJO QUE SE HACE DEL MISMO. SE ACUSA A LOS MEDIOS POR NO FOMENTAR EL GUSTO POR EL ARTE Y UNA ESTÉTICA FUERA DE LO COMERCIAL. AQUÍ EL "KITCH" O VULGARIZACIÓN DEL GUSTO ESTÉTICO, SEGÚN LA ESCUELA DE FRANKFURT, SE TRANSFORMA EN SUSTANCIA DE TODO OBJETO ARTÍSTICO PRESENTADO POR LOS MEDIOS.

PRÁCTICAMENTE LA IMPOSIBILIDAD DE RETROALIMENTAR EN ALTO -- GRADO LA COMUNICACIÓN EN UN MEDIO DE DIFUSIÓN, DETERMINA EL TRATAMIENTO DESCRIPTIVO DEL ARTE. LA CREACIÓN ARTÍSTICA ES UNA PROPOSICIÓN ACERCA DEL MUNDO QUE EXIGE UNA CONSTANTE DISCUSIÓN, LO CUAL NO PERMITE LA ADECUADA EXPOSICIÓN DE UN TEMA DETERMINADO EN ALGÚN MEDIO. EN RADIO, POR EJEMPLO, SU ASPECTO AUDITIVO IMPIDE LA POSIBILIDAD VISUAL DE UN OBJETO ARTÍSTICO, LO QUE CONSTITUYE EN SÍ, FRACCIONARLO. ADEMÁS LA APRECIACIÓN CORRECTA Y ESTÉTICA --

DE UN OBJETO DE ARTE PUEDE LOGRARSE CON MAYOR PRECISIÓN SI SE --
 CONFRONTAN DIRECTAMENTE Y NO EXISTE LA INTERFERENCIA DE UN INTER-
 MEDIARIO, COMO EN ESTE CASO SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. PRE-
 TENDER QUE LOS MEDIOS SUSTITUYAN AL HOMBRE EN SU PAPEL DE CONTEM-
 PLADOR (ACTOR) DEL ARTE, SIGNIFICA DESVINCULAR AL ESPECTADOR EN-
 EL PROCESO CREATIVO DEL ARTE, DEBIDO A LA ESPECIFICIDAD DEL LEN-
 GUAJE RADIOFÓNICO, CUYA ESTRUCTURACIÓN DE SONIDOS, PALABRAS, MÚ-
 SICA Y SILENCIO EXIGEN DEL ESPECTADOR LA COMPRENSIÓN DE DICHO --
 LENGUAJE.

LOS MEDIOS DIFUNDEN ARTE, PERO LA APRECIACIÓN Y JUICIO SOBRE
 ÉL NO RESULTA ACEPTABLE DEBIDO A:

A) EL GUSTO POR LO BELLO ARTÍSTICO POR PARTE DE LOS RECEPTO-
 RES (ASÍ COMO DE MUCHOS EMISORES) NO ES ASIMILADO AÚN PORQUE E--
 XISTE UN PROFUNDO PROBLEMA CULTURAL PROVENIENTE DEL SISTEMA SO--
 CIAL, EDUCATIVO Y FAMILIAR, PUES EL SISTEMA NO CULTIVA AMPLIAME-
 NTE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA PARA LA APRECIACIÓN Y EL GUSTO ESTÉTI-
 CO POR LO BELLO ARTÍSTICO. LA DESVALORIZACIÓN DE LA OBRA ARTÍSTI-
 CA NO ES CULPA DEL MEDIO POR FALTA DE CONTACTO DIRECTO ENTRE EL-
 EMISOR Y RECEPTOR CON LA OBRA, SINO QUE NO EXISTE EL GUSTO POR LO
 BELLO ARTÍSTICO.

B) LOS MEDIOS CUENTAN CON SUS PROPIOS ELEMENTOS PARA LA EMI-
 SIÓN DE MENSAJES, INFORMACIONES, COMUNICACIONES Y ARTE. AÚN NO -
 HA LOGRADO OTRAS FORMAS DE EMITIRLOS, EN DONDE PERMITAN LA APRE-
 CIACIÓN DEL ARTE A TRAVÉS DEL CONTACTO DIRECTO. HAY OTRAS OBRAS-
 DE ARTE QUE SON TRANSMITIDAS Y OTRAS CREADAS POR LOS MEDIOS.

COMÚNMENTE LOS MEDIOS DEPENDEN DE LAS ARTES PARA TRANSMITIR
 BELLEZA ESTÉTICA. PERO LOS MEDIOS SE HAN VUELTO ESTÉTICAMENTE --
 CREADORES INDEPENDIENTES DE ARTE, SON OBRAS CREADAS POR Y PARA -

EL MISMO MEDIO.

INFORMACIÓN: EL IMPERATIVO COMERCIAL QUE PRIVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PERMITE LA INSERCIÓN DE INFORMACIÓN EN LA ESTRUCTURA DE LIBRE COMPETENCIA. DE AHÍ RESULTA CONSIDERAR A LAS INFORMACIONES COMO MERCANCÍA CUYA CIRCULACIÓN ESTÁ SUJETA A LA LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA. LA EXISTENCIA DEL MERCADO DE INFORMACIONES ES PRODUCTO DE LA LÓGICA CAPITALISTA Y POSIBILITA EL SUBSISTIR DE EMISORES DE NOTICIAS. AUNQUE LA DEFENSA DE LA OBJETIVIDAD DE LA EMISIÓN ES LA PRINCIPAL JUSTIFICACIÓN DE UNA NOTICIA, VIGILANDO LOS INTERESES DE LOS DUEÑOS DE LOS MEDIOS Y EL ORDEN ESTABLECIDO.

SUELE PRESENTARSE EL MANIPULEO DE INFORMACIÓN, SU TERGIVERSACIÓN U OMISIÓN DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL SISTEMA INFORMATIVO Y POLÍTICO DEL CAPITALISMO.

EN UNA DEMOCRACIA CAPITALISTA LA VARIEDAD DE OFERTANTES DE INFORMACIONES PERMITE CONOCER VARIOS PUNTOS DE VISTA EN CUANTO A UN MISMO HECHO SOCIAL (AGENCIAS DE NOTICIAS), LO CUAL AUMENTA LAS PERSPECTIVAS DE INTERPRETAR DICHO SUCESO, O BIEN DE AMINORARLAS. INCLUSO LAS OPINIONES PUEDEN SER CONTRADICTORIAS Y ANTAGÓNICAS; EN ALGUNOS MEDIOS LA APERTURA PARA DESCONCENTRAR LA INFORMACIÓN PERMITE QUE LOS SECTORES SOCIALES TRADICIONALMENTE MARGINADOS -- PUEDAN PARTICIPAR EN EL CONOCIMIENTO DE DETERMINADO SUCESO.

TAMBIÉN SE CRITICA A LA PROPORCIÓN DE LA INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS POR FALTA DE UN CONTEXTO QUE ENMARQUE Y DESGLOSE UN HECHO. LOS HECHOS SOCIALES SE ORIGINAN, SE DESENVUELVEN Y SE PROYECTAN AL FUTURO. LA COMUNICACIÓN ES HACER COMÚN Y LA INFORMACIÓN TRANSFORMA UN HECHO EN CONSTANCIA HISTÓRICA. LA HISTORIA ES MOTIVADA POR LA CONSTANCIA DE LA INFORMACIÓN CREADA POR -

UN SUCESO EN METAMORFOSIS CONSTANTE. ENTONCES LA INFORMACIÓN ES UNA FRACCIÓN O DERIVADO DE LA HISTORIA Y ELLA ES EL CONTEXTO DE LA INFORMACIÓN.

SEGÚN EL MARXISMO LA INFORMACIÓN EN UNA SOCIEDAD CAPITALISTA ES DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN. LOS MENSAJES POR LOS MEDIOS SON TERGIVERSADOS PARA GUARDAR EL ORDEN ESTABLECIDO. SE DESINFORMA Y NO SE REVELAN SUCESOS QUE ESTÁN EN CONTRA DEL SISTEMA, CUANDO LA HAY SE DA EN CASOS MUY AISLADOS.

PERO NO TODA LA INFORMACIÓN ES MANIPULADA, LA PRENSA SE HA LLEGADO A ESPECIALIZAR EN ESOS CASOS DE INFORMACIÓN AISLADA Y -- LOS HACE HECHOS DE DOMINIO PÚBLICO.

LA RETROALIMENTACIÓN ES LLEVADA A CABO POR LA PRENSA Y LA RADIO PUES SON LOS MEDIOS MÁS ADECUADOS PARA UN INTERCAMBIO DE MENSAJES. EN LA RETROALIMENTACIÓN LOS TEMAS, SERVICIOS Y MENSAJES REPRESENTAN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN POR LOS MEDIOS AUNQUE EN GRADO RELATIVO PRIMERO COMO YA LO DIJIMOS, POR FALTA DE LA CAPACIDAD INTRÍNSECA DE LOS MEDIOS Y DESPUÉS POR FALTA DE INTERÉS DE UN PUEBLO CON CARACTERÍSTICAS Y TRADICIONES SOCIALES INDIFERENTES.

SABER: EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE HA CONSIDERADO AL SABER COMO UNA AGLOMERACIÓN DE DATOS, QUE NO PRETENDEN EL CONOCIMIENTO PROFUNDO DE UN TEMA Y SE TIENDE A ANECDOTIZARLO DEJANDO A UN LADO EL ANÁLISIS Y LA CRÍTICA. SUCEDE A MENUDO QUE LA CONFRONTACIÓN DE TALES DATOS SE HACE SIN EMPLEAR UNA METODOLOGÍA, LO CUAL SE EXPRESA EN UNA INTERPRETACIÓN PARCIAL Y SUBJETIVA, DESCONTEXTUALIZADA DEL TEMA. EL PROBLEMA RADICA EN CONOCER SI EL RECEPTOR TIENE LA CAPACIDAD DE APROVECHAR LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN UN MEDIO DE COMUNICACIÓN, Y EN TODO CASO, CONOCER QUE SEA ASÍ. ESTO SE DEBE A UN DETERIORO EDUCATIVO DE LA SOCIEDAD EN CONJUNTO.

EL SABER DEBE CONCEBIR A LAS COMUNICACIONES POR LOS MEDIOS MASIVOS COMO HERRAMIENTAS QUE FORMAN PARTE DEL COMPLEJO FUNCIONAMIENTO DE ÉSTOS EN LA CONTEMPORANEIDAD SOCIAL Y CULTURAL, FOMENTANDO LA REFLEXIÓN Y EL ENTENDIMIENTO EN FUNCIÓN DE SUS ELEMENTOS DE LENGUAJE (VISUAL, LITERARIO, SONORO).

EDUCACIÓN: EN AUSENCIA DE UN PROYECTO EDUCATIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE MANIFIESTA LA FALTA DE CALIDAD DE LOS MISMOS. LA EDUCACIÓN COMO PROCESO DE CONSTANTE PARTICIPACIÓN ENTRE EL QUE ENSEÑA Y EL QUE APRENDE, SE DIFICULTA MÁS CUANDO SE PRODUCE EN UN MEDIO DE COMUNICACIÓN, MAS NO ES UN OBSTÁCULO PARA CONTINUAR LA EMISIÓN DE TEMAS EDUCATIVOS EN LOS MEDIOS. LOS PROGRAMAS EDUCATIVOS, HASTA EL MOMENTO, DEBEN CONSIDERARSE COMO AUXILIARES Y, EN CASOS EXTREMOS, PUEDEN SUSTITUIR EL CONTACTO DIRECTO CON EL PROFESOR.

ANTE LA EVIDENTE MONOTONÍA QUE ACOMPAÑA A UN PROGRAMA EDUCATIVO, LOS MEDIOS HAN BUSCADO FÓRMULAS PARA ARMONIZAR EDUCACIÓN CON AMENIDAD O ENTRETENIMIENTO, PARA LOGRAR LA MEJOR MANERA PEDAGÓGICA PARA TRANSMITIR EDUCACIÓN, RECONOCIENDO LAS POSIBILIDADES Y LIMITACIONES INTRÍNECAS DEL MEDIO.

ADEMÁS, LA EDUCACIÓN ACTUAL DENTRO Y FUERA DE LOS MEDIOS ES REFLEJO DE UNA PROFUNDA CRISIS FAMILIAR, SOCIAL, IDEOLÓGICA Y CULTURAL DEL SISTEMA. NO ES UN PROBLEMA DE COMUNICACIÓN QUE DEBA RESOLVERSE ÚNICAMENTE CON LOS MEDIOS MASIVOS NI MUCHO MENOS PORQUE ES UN PROBLEMA DE CRISIS HISTÓRICA.

SENTIDO CRÍTICO: EN LOS MEDIOS MASIVOS LA CRÍTICA CONSISTE EN PRONUNCIAR JUICIOS DE VALOR. SUELE SER SUPERFICIAL Y SUJETA A LOS GUSTOS PERSONALES DE LOS LÍDERES DE OPINIÓN, SIN ATENDER A UN ANÁLISIS OBJETIVO. LA CRÍTICA ES RADICAL Y TOCA CON FRECUENCIA

EXTREMOS COMO JUICIOS DE VALOR. CUANDO LA CRÍTICA SE DIRIGE HACIA UN TEMA RELACIONADO CON LOS INTERESES DEL POSEEDOR DEL MEDIO, ÉSTA, POR LO GENERAL, CONSISTE EN LA DEFENSA SUBJETIVA DE LOS INTERESES DE LA BURGUESÍA.

LA CULTURA, LA HISTORIA, LA INFORMACIÓN, EL CONOCIMIENTO, LA EDUCACIÓN Y EL ARTE SON ELEMENTOS QUE FUNDAMENTAN EL SENTIDO CRÍTICO SOBRE UN OBJETO DE ESTUDIO. ESAS BASES SON RELATIVAS DEBIDO A LA INEXISTENCIA DE ARGUMENTOS CRÍTICOS DENTRO DEL ESTUDIO MARXISTA. EL ENTRETENIMIENTO, POR EJEMPLO, CONSTITUYE EL PRETEXTO BÁSICO DE LOS MEDIOS. ES EL PRINCIPIO EMPÍRICO PARA DETERMINAR LA FINALIDAD DE LOS PROGRAMAS. SU OBJETIVO ES SERVIR DE DISTRACCIÓN DE LO COTIDIANO. CUALQUIER EMISIÓN ENTRETIENE PORQUE EL TRATAMIENTO QUE RECIBE ES TRIVIAL Y NO RECONOCE LA POSIBILIDAD DE PENSAR DEL RECEPTOR, QUE MENOSPRECIA UN MENSAJE QUE NO LE DIVIERTA. PREVALECE UN CÍRCULO VICIOSO EN TORNO AL ENTRETENIMIENTO. ANTE LA FÓRMULA DIVERSIÓN-ENTRETENIMIENTO, QUE HA DEMOSTRADO SU EFECTIVIDAD COMERCIAL, LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN NIEGA LA REALIZACIÓN DE UN MENSAJE QUE TRASCIENDA LA DIVERSIÓN QUE EMPLEE -- LOS ESTEREOTIPOS Y ESQUEMAS ANQUILOSADOS. EL ENTRETENIMIENTO PUEDE ABORDARSE CON CALIDAD, DONDE EL TEMA SE MANEJE CON ORIGINALIDAD; DEBE REPLANTEARSE PARA ABANDONAR LA IMAGEN TRIVIAL Y FRÍVOLA DEL MEDIO Y DEL GÉNERO, ASUMIENDO UN CARÁCTER SENSIBLE Y ESTÉTICO. EL ENTRETENIMIENTO POR LOS MEDIOS DEBE DIVERTIR -EN SU ACEPTACIÓN MÁS CONGRUENTE CON EL ARTE- INFORMANDO ESTÉTICAMENTE.

2.2 BREVE SEMBLANZA ESTETICA-HISTORICA DE LA RADIO

LA RADIOFONÍA TUVO UN INICIO EXPERIMENTAL HASTA CONSTITUIRSE EN UNA EMPRESA COMERCIAL, CUYO TÓPICO FUNDAMENTAL ERA LA DISTRACCIÓN Y EL ENTRETENIMIENTO EN SUS PROGRAMAS. EN LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS LA RADIODIFUSIÓN ADOPTÓ EL MODELO PUBLICITARIO PARA FINANCIAR SUS EMISIONES, MODELO QUE EN LA ACTUALIDAD SE HA MANTENIDO SIN MODIFICACIONES, Y QUE SE HA ARRATIGADO EN LA ESTRUCTURA ACTUAL DE LAS RADIODIFUSORAS. EL COMPROMISO COMERCIAL DE ÉSTAS CON SUS PATROCINADORES HA DETERMINADO EL TIPO Y LA CALIDAD DE LOS PROGRAMAS, CUYO DESARROLLO EN LA PRÁCTICA, HA CONSOLIDADO DIVERSOS GÉNEROS DE RADIO QUE APROVECHAN EL LENGUAJE DE LAS BELLAS ARTES, COMO LA LITERATURA Y LA MÚSICA. LAS CUALIDADES SONORAS DE LA RADIO HACEN POSIBLE LOS PROGRAMAS MUSICALES Y LA ADAPTACIÓN RADIAL DE CUENTOS Y NOVELAS QUE DERIVARON EN SERIES SOBRE TEMAS ANECDÓTICOS.

CUANDO LA RADIOFONÍA EN NUESTRO PAÍS FUNDÓ LA FÓRMULA BÁSICA, MÚSICA-RADIONOVELA, SE DEDICÓ A PERFECCIONAR DICHO ESQUEMA. TAMBIÉN DIFUNDIÓ MÚSICA POPULAR, MÚSICA DE CONCIERTO Y ÓPERA. PATROCINÓ PROGRAMAS DE DECLAMACIÓN Y ORGANIZÓ MESAS REDONDAS EN TORNO A TEMAS ARTÍSTICOS. ÉNTONCES LA RADIO CONQUISTÓ LA IMAGEN DE MEDIO COMO SE LE CONOCE EN TEORÍA DE COMUNICACIÓN, ACEPTANDO SU PAPEL DE INTERMEDIARIO ENTRE RECEPTOR Y EMISOR. SE DEDICÓ A SERVIR DE CONDUCTO DE MÚSICA Y COMENTARIOS, SIN DARLES UN TRATAMIENTO QUE ARTICULARA UN MENSAJE APROVECHANDO LAS POSIBILIDADES DE CREACIÓN QUE EL LENGUAJE SONORO PROPONE. SU TAREA ARTÍSTICA ORNAMENTÓ LA PRESENTACIÓN DE PROGRAMAS MUSICALES, CON TEXTOS Y EFECTOS EFICACES.

LA CREACIÓN DE UNA ESTÉTICA RADIOFÓNICA FUE CONCEBIDA COMO UNA PROPOSICIÓN INDEPENDIENTE DE LAS BELLAS ARTES. LA TRANSMISIÓN ERA ESTÉTICA O ARTÍSTICA COMPRENDIDA AL MODO Y RECURSOS DE LOS EMISORES. TAMBIÉN ATRAJO A LOS RECEPTORES, SIN DESCARTAR LO ARTÍSTICO QUE FUE LA RADIOFONÍA. ESA ETAPA CONTÓ CON PRODUCCIONES QUE SONORAMENTE ERAN LOGRADAS CON ACIERTO Y ADEMÁS, AUTÓNOMAS CON -- RESPECTO A LAS ARTES. CUANDO SE REFLEXIONA ACERCA DEL ARTE DE LA RADIO, EL ANÁLISIS REVELA LA EXISTENCIA DE INTENTOS ARTÍSTICOS - SOBRE LA PROBLEMÁTICA ESTÉTICA.

LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS HAN DEMOSTRADO QUE EL MEDIO NO HA LOGRADO LA COMUNICACIÓN ESTÉTICA, AUNQUE EN SUS INICIOS, SE ACERCÓ A LO QUE LLAMAMOS ARTE SONORO. EL GÉNERO MUSICAL, EL INFORMATIVO, EL EDUCATIVO, Y LA RADIOACTUACIÓN SE ACERCAN A LO QUE LA ESTÉTICA LLAMA ARTE DESCRIPTIVO.

EN LA HISTORIA DE LA RADIO SE HA HECHO REFERENCIA A LAS BELLAS ARTES, PERO CON EL LENGUAJE DE LA RADIO NO SE HA PENSADO EN ELABORAR UN MENSAJE POÉTICO COMO MODO DE EXPRESIÓN AUTÓNOMO.

NO SE HACE ARTE EN RADIO AL DIFUNDIR MÚSICA PORQUE YA ES -- PARTE INTRÍNSECA DE LAS BELLAS ARTES; NO SE HACE ARTE EN RADIO AL HABLAR DE LO SUCEDIDO EN EL CONTEXTO ARTÍSTICO, SINO QUE SE INFORMA DE LA MATERIA. LA TEORÍA HA CONCEPTUADO A LA RADIO COMO UN MEDIO MASIVO DE INFORMACIÓN QUE SOLAMENTE DIFUNDE MENSAJES DE DIFERENTES TIPOS A LA COLECTIVIDAD. LA RADIO ES UN MEDIO MASIVO Y UN FIN ARTÍSTICO DONDE SE CREA ARTE PARA SÍ, DE SÍ.

3. COMUNICACION EN RADIO: LA PRACTICA RADIOFONICA

LA RADIODIFUSIÓN EN LA PRÁCTICA NO HA DESARROLLADO UNA ESTÉTICA CAPAZ DE EMPLEAR LOS RECURSOS SONOROS A SU DISPOSICIÓN, FUERA DE LOS ESTEREOTIPOS QUE CONFORMAN SU ESTRUCTURA; SE HA LIMITADO A ORGANIZAR UN SISTEMA DE PROGRAMAS HETEROGÉNEOS QUE AGRUPAN DIVERSOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS, ESTRUCTURADOS CON BASE A LOS REQUERIMIENTOS PUBLICITARIOS Y PROMOCIONALES DE LOS PROPIETARIOS DE LOS MEDIOS Y DE LOS PATROCINADORES. HISTÓRICAMENTE LA IMPOSIBILIDAD DEL DESARROLLO ESTÉTICO DE LA RADIO SE DEBE AL CARÁCTER-COMERCIAL DE ÉSTA, SITUACIÓN PREVALECIENTE DESDE EL NACIMIENTO DE LA INDUSTRIA EN MÉXICO.

DE ACUERDO AL ORDEN DE PROPIEDAD ACTUAL DE LAS ESTACIONES -- DE RADIO, LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS Y DE SUS CONTENIDOS CORRESPONDEN A LA POLÍTICA PUBLICITARIA DE LAS EMPRESAS DE -- RADIOCOMUNICACIÓN Y DE SUS PATROCINADORES. LA RELACIÓN DEL CAPITAL EXTRANJERO Y LOCAL CON LA RADIO, IMPLANTÓ UN MODELO DE RADIO DIFUSIÓN LUCRATIVO. EL REGLAMENTO DE LA LIGA CENTRAL MEXICANA DE RADIO, CREADA EN 1923 Y ANTECEDENTE DIRECTO DE LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y TELEVISIÓN, ENTREVÉ EL USO COMERCIAL DEL MEDIO. "EL ACTUAL HORARIO TRIPLE A PARECE ESTAR CONTEMPLADO EN EL ARTÍCULO OCTAVO DEL MENCIONADO PROYECTO DE 1923, -- YA QUE SE PROPONE QUE DE LAS DIECINUEVE A LAS VEINTIDÓS HORAS NO SE TRANSMITAN MENSAJES NI DE SERVICIO PÚBLICO NI GUBERNAMENTALES SINO SOLAMENTE COMERCIALES"¹.

SEGÚN ESTE CONTEXTO MERCANTIL DE LA RADIODIFUSIÓN, RESULTA-

1 FÁTIMA FERNÁNDEZ CHRISTIEB, LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION, REVISTA NUEVA POLÍTICA, VOL. 1, NÚM. 3, P. 239

CONTRADICTORIO HABLAR DE LA CREACIÓN DE UNA ESTÉTICA EN RADIO, - YA QUE ÉSTA NO HA SIDO PRODUCIDA NI APOYADA CON PAUTAS COHERENTES Y SISTEMÁTICAS. EL RÉGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS MASIVOS ELECTRÓNICOS ESTABLECE A TRAVÉS DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN - DE 1960, DOS TIPOS DE OPERACIÓN: UNA DE CARÁCTER COMERCIAL, RESERVADA A LAS CONCESIONES; Y OTRA DE PROPÓSITOS CULTURALES Y SOCIALES QUE CORRESPONDE A LOS PERMISOS.

EL MISMO ESTADO HA DETERMINADO EN EL ARTÍCULO TRECE DE LA - MENCIONADA LEY LAS NORMAS SEGUIDAS POR LA DIFUSIÓN INCLINADA HACIA EL MODELO COMERCIAL. AL RESPECTO, LAS ESTACIONES OPERAN BAJO CONCESIÓN Y DEDICAN LA MAYOR PARTE DE SU TIEMPO DE PROGRAMACIÓN - A TRANSMITIR MÚSICA POPULAR PROMOCIONADA POR EMPRESAS DISCOGRÁFICAS, LO CUAL CONSTITUYE LA FÓRMULA MÁS DIFUNDIRA PARA LOGRAR LA CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS (DISCOS). DE ESTE MODO, LA SELECCIÓN - MUSICAL DE LAS RADIODIFUSORAS DEPENDE DE CUALIDADES EXTRAMUSICALES DE UTILIDAD ECONÓMICA.

LA MÚSICA COMERCIAL DE LAS ESTACIONES CONCESIONARIAS NO REÚNE LAS CONDICIONES PARA PARTICIPAR DEL PROCESO ESTÉTICO, AL MENOS POR LA FORMA QUE SE PRESENTA EN ELLAS, ES DECIR, COMO UN HECHO AISLADO, INTERCALADO POR COMERCIALES. PARA REALIZAR ESTÉTICA RADIODFÓNICA ES INSUFICIENTE RETOMAR LAS NORMAS QUE RIGEN A LAS BELLAS ARTES. LA DIFUSIÓN DE MÚSICA CLÁSICA, DE RADIOTEATROS Y DE PROGRAMAS DE ANÁLISIS ARTÍSTICO, CONFIRMA EL PAPEL DE MEDIADOR - DESEMPEÑADO POR LA RADIO. TAMBIÉN EN ESTE CASO LA CREACIÓN DE -- UNA ESTÉTICA RADIODFÓNICA ES RUDIMENTARIA PORQUE SÓLO SE RECONOCE LA CAPACIDAD DE DIFUSIÓN DEL MEDIO Y NO SUS POSIBILIDADES IMPLÍCITAS DE CREACIÓN.

EL RADIOTEATRO EMPLEA OBRAS CLÁSICAS E INCLUSO PSEUDOLITERA

IURA. EN ELLAS EL TEXTO ES FUNDAMENTAL, EL CUAL SE AMBIENTA CON EFECTOS SONOROS Y PISTAS MUSICALES. EL RESULTADO ES UN GÉNERO -- MUY DEFINIDO CON ESQUEMAS NARRATIVOS CONVENCIONALES Y DE CREACIÓN SONORA, ARQUETÍPICA Y RUTINARIA. DE NUEVO ENCONTRAMOS LA PREMISA DOMINANTE EN LA RADIODIFUSIÓN: LA DE SERVIR DE MEDIADOR Y DE RE-CREADOR DE LAS BELLAS ARTES.

NINGUNO DE LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS DEDICADO A LAS ARTES HA CREADO UNA ESTÉTICA RADIOFÓNICA, Y SE HA PENSADO QUE PARA PRODUCIRLA BASTA CON DIFUNDIR MÚSICA, RADIOTEATROS Y PROGRAMAS RELACIONADOS CON LAS ARTES. INCLUSO EN EMISORAS CULTURALES SE HA DESDEÑADO EL PAPEL ESTÉTICO DE LA RADIO, LA CUAL HA SIDO ENCASILLADA COMO EL MEDIO DE ENLACE SOCIAL.

TANTO EN LAS EMISORAS COMERCIALES COMO EN LAS PERMISIONARIAS PREVALECE EL DESCONOCIMIENTO SOBRE LA POSIBILIDAD DE DESARROLLAR UNA ESTÉTICA RADIOFÓNICA, INDEPENDIENTE DE LOS ESTEREOTIPOS FORMADOS POR ELLAS MISMAS. LOS INTERESES DE CADA TIPO DE ESTACIÓN, POR SU CARÁCTER ECONÓMICO Y POR SUS EXIGENCIAS CULTURALES, IMPIDEN DEDICAR TIEMPO A UNA ESTÉTICA RADIOFÓNICA QUE PRETENDE DAR A LA RADIO SU LENGUAJE PROPIO, CON UN MODO CREATIVO DE EXPRESAR SU DISCURSO SONORO.

3.1 EL PROBLEMA DE LA COMUNICACION COMO ESTETICA

LA CORRIENTE TEÓRICA DOMINANTE CON RESPECTO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (Y CON LA RADIO EN PARTICULAR) SEÑALA QUE ÉSTOS SON FUNDAMENTALMENTE MEDIOS ELECTRÓNICOS CUYA FUNCIÓN ES INTEGRAR A LA SOCIEDAD Y A LA CULTURA EN NIVELES DE PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA DENTRO DE LA ACCIÓN POLÍTICA. EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN ES INFORMAR A LA SOCIEDAD Y CONTRIBUIR A LA SOLUCIÓN DE LOS PROBLEMAS; O SEA, LA COMUNICACIÓN SIRVE DE ELEMENTO INDISPENSABLE PARA LA TOMA DE DECISIONES. DICHA COMUNICACIÓN DEBE EMPLEAR LOS MEDIOS ADECUADOS -LOS MEDIOS MASIVOS- PARA ASEGURAR LA CORRECTA PARTICIPACIÓN DE LA POBLACIÓN. ESTE ES EL FUNCIONAMIENTO CONSIDERADO IDEAL DE LOS MEDIOS, Y SU CONSUMACIÓN ESTÁ LIGADO A LAS CONDICIONES ESTRUCTURALES DE LA SOCIEDAD.

UNA CONCEPCIÓN ANÁLOGA SOBRE LA RADIO ES COMPARTIDA POR BERTOLD BRECHT, POETA, DRAMATURGO Y TEÓRICO MARXISTA, CUYAS APORTACIONES AL ARTE DEL SIGLO VEINTE VUELVEN PERTINENTES SUS APUNTES AL RESPECTO; "DEBE ADEMÁS (LA RADIO) ORGANIZAR LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIONES DADAS POR LOS GOBERNANTES EN RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE SUS GOBERNADOS. LA RADIO DEBE HACER POSIBLES ESTOS INTERCAMBIOS. SÓLO ELLA PUEDE ORGANIZAR LAS GRANDES DISCUSIONES ENTRE LOS GRANDES SECTORES DE LA ECONOMÍA Y LOS CONSUMIDORES ACERCA DE LA ESTANDARIZACIÓN DE LOS OBJETOS DE CONSUMO, LOS DEBATES SOBRE EL ALZA DEL PRECIO DEL PAN, LAS DISCUSIONES CONTRADICTORIAS ENTRE LOS MUNICIPIOS"².

ESTA FORMULACIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN Y LA RADIO ESTÁ CON-

² BERTOLD BRECHT, TEORIA DE LA RADIO, EN JAIME GODED, LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, (COMP.), UNAM, MÉXICO, 1976, P. 297.

DICIONADA POR EL CONTENIDO INFORMATIVO Y DECLARATIVO DEL MENSAJE, CUYAS EXIGENCIAS DE INTELIGIBILIDAD, DETERMINAN LAS CARACTERÍSTICAS FORMALES DE LA COMUNICACIÓN. ADEMÁS, EXISTEN SUCESOS CALIFICADOS POR EL PROPIO BRECHT DE INTRASCENDENTES, LOS CUALES DEBEN EXCLUIRSE DE LA RADIO, YA QUE "UN INVENTO TÉCNICO TAN NATURALMENTE APROPIADO A LAS FUNCIONES SOCIALES DE IMPORTANCIA DECISIVA SE VE UTILIZADO CON UNA PREOCUPACIÓN TAN ANGUSTIOSA POR MANTENERLO SIN CONSECUENCIAS, ENCERRÁNDOLO EN LAS CONVERSACIONES MÁS INOCENTES POSIBLES"³.

ENTRE LAS PREMISAS DE LA ESTÉTICA DEL SIGLO VEINTE, EL APROVECHAMIENTO DE TODA TEMÁTICA MARCA UNA APERTURA NO SÓLO EN ARTE, SINO TAMBIÉN EN COMUNICACIÓN, QUE LA NORMATIVIDAD DE UNA COMUNICACIÓN SOCIOLOGICA NO PERMITE. LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA NO SE CONFUNDE Y TAMPOCO SE IDENTIFICA CON LAS BELLAS ARTES QUE TIENEN DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS. ESTO ES NECESARIO SEÑALARLO CUANDO SE CRITICA POR QUÉ LOS MEDIOS NO DEDICAN SU PROGRAMACIÓN A DIVULGAR ARTE, CARENCIA A QUE LOS CRÍTICOS MARXISTAS ASIGNAN LA IMPOSIBILIDAD DE CREAR ESTÉTICA EN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN. INCLUSO PARA EL PROPIO BRECHT, LA ESTÉTICA TIENE UN PAPEL SUBORDINADO EN LA RADIO: "...LA COMPLEJIDAD DEL DOMINIO ESTÉTICO NO ES LA CAUSA DE LA COMPLEJIDAD SIN EJEMPLO DE LA FUNCIÓN FUNDAMENTAL (DE LA RADIO), SINO TAN SÓLO LA CONSECUENCIA"⁴. Y PARA EL POETA ALEMÁN LA RADIO ES UN TRANSMISOR DE ARTE: "PODRÍA DECIRLES, POR EJEMPLO, QUE LA APLICACIÓN A LA RADIO DE LOS TRABAJOS TEÓRICOS DE LA DRAMATURGIA MODERNA, ES DECIR, DE LA DRAMATURGIA ÉPICA, DARÍA RESULTADOS EXTRAORDINARIAMENTE FECUNDOS"⁵. ESTA SOLA CONDICIÓN, SI---

3 IBID., P. 298

4 IBID., P. 299

5 IBID.

GUIENDO A BRECHT, PRODUCIRÍA EL ARTE EN RADIO.

SI EN UN PRINCIPIO ACEPTAMOS HABLAR DE ESTÉTICA COMO REFLEXIÓN ACERCA DEL ARTE, RESULTA CONTRADICTORIO QUE AL HABLAR DE ESTÉTICA RADIOFÓNICA EXCLUYAMOS AL ARTE PARA QUE ÉSTA SE PRODUZCA. LA ESTÉTICA, COMO EL ARTE Y CUALQUIER PROPOSICIÓN EN EL ORDEN DE LA CULTURA, SUPONE FORMAR Y TRANSFORMAR LA REALIDAD, ADEMÁS DE TRABAJAR DIRECTAMENTE CON LOS ELEMENTOS ESPECÍFICOS DE CADA UNA DE LAS ARTES. UN PINTOR TRABAJA CON COLORES Y TEXTURAS; EL LITERATO MANEJA EL LENGUAJE; EL ESCULTOR CREA VOLÚMENES Y ESPACIOS; EL MÚSICO ARTICULA TIMBRES, SONIDOS Y SILENCIOS; Y EL ARTISTA RADIOFÓNICO, PARA DESARROLLAR LA ESTÉTICA DE LA RADIO, EMPLEA Y -- COMPONE SU MATERIA CONCRETA, SONIDOS Y SILENCIOS. RECORRE A LOS TEMAS QUE EL MISMO ARTE PLANTEA PARA SU TRATAMIENTO RADIOFÓNICO. LA ESTÉTICA DE LA RADIO, COMO EL ARTE Y LA CULTURA, ES UN PROBLEMA DE CREACIÓN Y, SOBRE ESTA BASE, SU TAREA CONSISTE EN MODIFICAR EL LENGUAJE RADIOFÓNICO Y FORMULAR OTRO QUE RESULTA DE LA -- CRÍTICA DEL ANTERIOR. DE ESTE MODO LA ESTÉTICA DESEMPEÑA UN PAPEL CRÍTICO DE LOS ELEMENTOS FORMALES -EL LENGUAJE Y LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS- Y DE LOS ASPECTOS DE CONTENIDO. POR ESTA RAZÓN, LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA NO EXCLUYE ASPECTOS SOCIALES DE SU MARCO CULTURAL.

EN ESTE SENTIDO, LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA NO SIGNIFICA ORNAMENTAR OBRAS LITERARIAS, NI BÚSQUEDA DE FORMAS PUBLICITARIAS QUE REMARQUEN EMISIONES DE RADIO. LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA DEMANDA LA RUPTURA PARCIAL O TOTAL DE LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS, PUES LA ORGANIZACIÓN DE LOS MENSAJES DEBE COINCIDIR CON EL LENGUAJE - DE LA ESTÉTICA.

LOS PROBLEMAS ESTÉTICOS PRIMARIOS DE LA COMUNICACIÓN SON CO

MUNICAR MENSAJES CON EL LENGUAJE PROPIO Y AUTÓNOMO, SISTEMATIZADO Y ORDENADO PARA DESTACAR EL HECHO ARTÍSTICO DE LA REFLEXIÓN - ESTÉTICA. EL CONTENIDO Y LA FORMA DE ARTICULAR EL SONIDO, EL TIEMPO, LA INTENSIDAD, EL VOLUMEN, EL TONO, EL ACERCAMIENTO Y EL AJUSTAMIENTO, LOS EFECTOS, SILENCIOS Y JUEGOS DE VOCES PROPIOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO. DE HECHO, ESTO CONSTITUYE EL MANEJO RADIOFÓNICO PROPUESTO POR RUDOLF ARNHEIM, AUNQUE PARA LA ESTÉTICA DE LA RADIO CONSTITUYE UN ASPECTO FORMAL.

LA COMUNICACIÓN, LA ESTÉTICA Y EL ARTE SON TRES FENÓMENOS - RELACIONADOS ENTRE SÍ PUESTO QUE LA COMUNICACIÓN ESTÉTICA NO EXISTE SIN EL ARTE Y EL ARTE PARA RECIBIRSE, REQUIERE DE UN MÍNIMO DE COMUNICACIÓN Y DE REFLEXIÓN. LA COMUNICACIÓN, LA ESTÉTICA Y EL ARTE SE INTEGRAN EN UNA TRÍADA RADIOFÓNICA NO EXPLORADA TODAVÍA, QUE ORDENA LA COMUNICACIÓN ESTÉTICA-ARTÍSTICA DEL MENSAJE RADIOFÓNICO.

EL IMPEDIMENTO PRINCIPAL ES EL CARÁCTER COMERCIAL DE LAS EMPRESAS DE RADIO, CUYA LÓGICA CAPITALISTA, ENCUENTRA EN LA VENTA DE PUBLICIDAD EL MEDIO IDEAL PARA FINANCIAR SUS OPERACIONES. OFRECER AL MERCADO UN MENSAJE RADIOFÓNICO ESTÉTICO CONSTITUYE VENDER UN PRODUCTO PARA EL QUE NO EXISTE DEMANDA, Y LA LÓGICA DE LA MERCANCÍA ES LA OFERTA Y LA DEMANDA. POR OTRA PARTE, TAMBIÉN DETERMINADO POR EL COMERCIALISMO, EL TIEMPO DE PROGRAMACIÓN CORRESPONDE A INTERESES PUBLICITARIOS Y PROMOCIONALES.

EL LÍMITE DE TIEMPO, LA ELABORACIÓN Y EL DESARROLLO DE UNA OBRA ARTÍSTICA SON DOS CONCEPTOS INCOMPATIBLES, PUESTO QUE EL PRIMERO, DADO SU CARÁCTER ORGÁNICO, NO ADMITE PERÍODOS FIJADOS DE ANTEMANO. LA ESTÉTICA NO ACEPTA APRESURAMIENTOS. SU PRODUCTO ARTÍSTICO REQUIERE TIEMPO PARA PLANEARSE, ORGANIZARSE Y REFLEXIONARSE.

NARSE PREVIAMENTE Y DURANTE EL PROCESO CREATIVO. LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA NECESITA PLENITUD DE TIEMPO. SIN EMBARGO, LA PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS SE VEN SUJETOS A ESTEREOTIPOS DE TIEMPO COMO SON LOS HORARIOS DE MEDIA HORA, O DE UNA HORA POR EJEMPLO.

ADEMÁS EL CARÁCTER IDEOLÓGICO QUE LA PROGRAMACIÓN DE LAS ESTACIONES COMERCIALES CONNOTAN, ESTÁ DETERMINADO POR LOS PROPIETARIOS Y SUS INTERESES DE EMPRESA. ESTE ASPECTO SUPONE UN PROBLEMA RELATIVO, PORQUE AÚN DENTRO DE LA OBRA DE ARTE EL AUTOR EXPRESA SU POSICIÓN POLÍTICA. "EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN YA NO ES TANTO UN PROBLEMA POLÍTICO, PORQUE LA MANIPULACIÓN SE PRESUPONE DESDE CUALQUIER UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS"⁶. LA PREGUNTA QUE SE DERIVA ES ¿QUIÉN MANIPULA Y QUIÉN UTILIZA EL MEDIO?. EL PROBLEMA PARA EL CREADOR RADIOFÓNICO ES QUE LA COMUNICACIÓN REPRESENTA UN PROBLRMA ESTÉTICO. ¿CÓMO COMUNICAR CON BELLEZA?, ¿CÓMO REALIZAR UN MENSAJE ARTÍSTICAMENTE REFLEXIVO?, ¿CÓMO PRODUCIR ESTÉTICA A TRAVÉS DE LA RADIO?.

6 HANS MAGNUS ENZENSBERGER, ELEMENTOS PARA UNA TEORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, ANAGRAMA, BARCELONA, 1972 (4A. ED. 1984),- P. 27

3.2 EL PROBLEMA DE LA COMUNICACION COMO IDEOLOGIA (RETROALIMENTACION)

COMO CONTRAPARTIDA A LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA SE HALLA LA COMUNICACIÓN COMO IDEOLOGÍA. EN LA PRIMERA, EL PROPÓSITO ES - SUGERIR LA REFLEXIÓN ACERCA DEL MUNDO Y DEL ARTE, LO QUE IMPLICA ADOPTAR UNA POSICIÓN CRÍTICA CON RESPECTO A LAS ESTRUCTURAS SOCIALES QUE CONDICIONAN LA EXISTENCIA HUMANA Y QUE LA REMITEN A - SUS DIMENSIONES ECONÓMICAS Y POLÍTICAS. AL ESCINDIR EL CONCEPTO DEL HOMBRE POLÍTICO, LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA NO PARTICIPA DE UN NUEVO SISTEMA IDEOLÓGICO QUE CONDUZCA A LOS RECEPTORES A UN OTRO TIPO DE IDEAS CONCEBIDAS SOBRE LA REALIDAD.

"LA IDEOLOGÍA ES UN SISTEMA DE VALORES, CREENCIAS Y REPRESENTACIONES QUE AUTOGENERAN NECESARIAMENTE LAS SOCIEDADES EN CUYA ESTRUCTURA HAYA RELACIONES DE EXPLOTACIÓN (ES DECIR, TODAS LAS QUE SE HAN DADO EN LA HISTORIA) A FIN DE JUSTIFICAR IDEALMENTE - SU PROPIA ESTRUCTURA MATERIAL DE EXPLOTACIÓN, CONSAGRÁNDOLA EN LA MENTE DE LOS HOMBRES COMO UN ORDEN NATURAL E INEVITABLE, O FILOSÓFICAMENTE HABLANDO, COMO UNA NOTA ESENCIAL DEL SER HUMANO"⁷. EN EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LA IDEOLOGÍA SE REVISTE DE UNA CUALIDAD IMPOSITIVA. CUALQUIERA QUE FUERE EL CONTENIDO DE LA EMISIÓN, ÉSTE SE PRESENTA PARA LA TEORÍA MARXISTA, COMO ÚNICO Y VERDADERO, ES DECIR, COMO UN MENSAJE IDEOLÓGICO.

LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA DISCUTE EL LENGUAJE Y LA ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD, Y SU CONTENIDO PROPICIA LA REFLEXIÓN. ELLO PERMITE CONCEPTUAR AL MUNDO Y TRANSFORMARLO, AUMENTANDO LAS

7 LUDOVICO SILVA, TEORIA Y PRACTICA DE LA IDEOLOGIA, ED. NUESTRO TIEMPO, MÉXICO, 1971, (5A. ED. 1977), P. 19

MODALIDADES DE COMPRENDERLO SIN QUE PREVALEZCAN IDEAS RECTORAS - QUE HOMOGENICEN AL ARTE. LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA POSEE UN CARÁCTER DINÁMICO. SU CONTENIDO NO SE PROPONE COMO DEFINITIVO -- PUES TIENDE A SER CONSTRUCTIVO. SU PRINCIPIO ES EL HOMBRE Y LA - MODIFICACIÓN DEL LENGUAJE, DESDE LAS FORMAS DE ARTICULAR LA SIN- TAXIS DE LA LENGUA HASTA EL MODO DE ORGANIZAR A LA SOCIEDAD. RE- CONOCE EL ANÁLISIS DE SU CONTEXTO HISTÓRICO Y LAS CONTRADICCIO- NES QUE LA IDEOLOGÍA CONSERVA EN SU NATURALEZA SOCIAL. DE ALLÍ - QUE LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA TRASCIENDA SUS PRINCIPIOS SO- CIOLÓGICOS, PERO SIN NEGARLOS NI MINIMIZARLOS.

LA COMUNICACIÓN COMO IDEOLOGÍA PROPONE UN ORDEN DE MANIPU- LACIÓN DE LOS ASPECTOS FORMALES QUE INTEGRAN LA COMUNICACIÓN Y - EL CONTENIDO DEL MENSAJE. SI QUIEN TIENE ACCESO A LOS MEDIOS ES- UN MANIPULADOR, SEGÚN MAGNUS ENZENSBERGER, ÉSTE TIENE LAS VENTA- JAS PARA TRANSMITIR UN MENSAJE DIRECCIONAL Y SIN RETROALIMENTA- CIÓN. ATIENDE ADEMÁS, A ASPECTOS DIVERSOS COMO EL TIPO DE DIFU- SIÓN REQUERIDO PARA EVITAR RESPUESTAS DE LOS RECEPTORES; LA TEMÁ- TICA CUYA COMPLEJIDAD DESCALIFIQUE AL AUDITORIO E INTIMIDE SU -- PARTICIPACIÓN; Y FINALMENTE, LA POLÍTICA DE LA EMPRESA, CUYAS NE- CESIDADES INSTITUCIONALES LIMITEN LA RETROALIMENTACIÓN.

LA RADIO SE RIGE POR UN PRINCIPIO DE TEMPORALIDAD, INMEDI- TEZ Y ORGANICIDAD QUE IMPOSIBILITAN EL INTERCAMBIO CONCEPTUAL SO- BRE EL CONTENIDO DE LA EMISIÓN Y DE LAS PREOCUPACIONES SOCIALES- DE LA COMUNIDAD. LA COMUNICACIÓN COMO IDEOLOGÍA RESPONDE DE MANE- RA INVERSA A LOS PROBLEMAS DEL HOMBRE COMO LO HACE LA COMUNICA- CIÓN EN LA ESTÉTICA. HASTA EL MOMENTO EL PRIMER MODELO HA PREVA- LECIDO EN LA RADIODIFUSIÓN DEBIDO, EN PRIMER LUGAR, A LA ESTRU- CTURA ECONÓMICA DE LA SOCIEDAD DE DOMINACIÓN CAPITALISTA. EN SEGUN

DO LUGAR, EL SISTEMA MERCANTIL BASADO EN LA VENTA DE MÚSICA COMERCIAL DETERMINA AL GÉNERO RADIOFÓNICO MUSICAL, LO CUAL EXIGE-- UNA IDEOLOGÍA DE CONSUMO DE ESOS PRODUCTOS.

LA TAREA PUBLICITARIA DE LA RADIODIFUSIÓN PREDOMINA EN SUS PROGRAMACIONES, LAS CUALES ADOPTAN EL MODELO DE GÉNERO RADIOFÓNICO MUSICAL. ESTA ORGANIZACIÓN FORMAL DE LOS PROGRAMAS OBSTACULIZA EL CONCRETAR LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA, CONCEPTO TODAVÍA-- SIN APLICACIÓN A LA RADIO Y PARCIALMENTE INTERPRETADO POR LOS -- CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DEL MEDIO.

4. ESTETICA RADIOFONICA

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO HAN CREADO UN ARTE DIFERENTE-AL DE LAS ARTES RECONOCIDAS POR LA TEORÍA ESTÉTICA TRADICIONAL, -EXCEPTO EN EL CASO DEL CINE Y DEL PERIODISMO LITERARIO. EN LA RADIODIFUSIÓN, LA IRREALIZACIÓN DE SU EXPRESIÓN ARTÍSTICA CONCRETA SE DEBE, ENTRE OTROS FACTORES, A QUE NO TODO EL TIEMPO DE PROGRAMACIÓN PUEDE DEDICARSE A DESARROLLAR SU ESPECIFICIDAD ESTÉTICA -ARTÍSTICA (LAS DETERMINANTES COMERCIALES ASÍ LO ESTABLECEN). EN CAMBIO EXISTEN ESPACIOS DEDICADOS A EXPLORAR -AUNQUE DE MODO LIMITADO- DICHAS CUALIDADES. ANTE LA CARENCIA DE UN ARTE RADIOFÓNICO, ESTE TRABAJO INTENTA LOGRAR UN PROGRAMA ESCRITO QUE DESARROLLE UN LENGUAJE SONORO, ES DECIR, EL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO DEL SONIDO EN LA RADIO, Y SU CONCEPTO BÁSICO, LA METÁFORA SONORA.

LA REALIZACIÓN DE LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA ESTÁ ORIENTADA A OBTENER LA BELLEZA DEL ARTE. DE LA RELACIÓN ENTRE ESTÉTICA Y RADIO SE DERIVA LA PROPOSICIÓN DE UN ARTE RADIOFÓNICO. ES NECESARIO EXPONER EL CONCEPTO DE ARTE PARA DESARROLLAR LA NOCIÓN DE ARTE EN RADIO.

EL ARTE, SEGÚN DIETER JÄHNIG, EN LA ORTODOXIA ARTÍSTICA ESTÁ DIRECTA E INEXORABLEMENTE LIGADO A LA REALIDAD DESDE DOS PUNTOS DE VISTA: A) UNO, DE ORDEN LÓGICO, DONDE LA REALIDAD ES FUNDAMENTO DEL ARTE; B) UNO, DE ORDEN ESTÉTICO, QUE SE REFIERE AL ARTE COMO MIMESIS, O SEA, COMO IMAGEN DE LA REALIDAD. AMBOS ÓRDENES GUARDAN ESTRECHA RELACIÓN ENTRE SÍ, PUES LA IMAGEN ARTÍSTICA ES IMAGEN MISMA DE LA REALIDAD. ÉSTE PARADIGMA ES EL DE MAYOR DIFUSIÓN EN LA ACTUALIDAD PARA AFIRMAR LA VALIDEZ DEL ARTE Y CARAC

TERIZA AL ARTE COMO REFLEJO. VOLVIENDO A JÄHNIG Y A LOS ORÍGENES DEL ARTE (LAS PINTURAS RUPESTRES) FUE EN ESA ÉPOCA EN QUE EL ARTE TUVO UNA BASE MIMÉTICA, PERO EL SENTIDO DE ESA MIMESIS NO FUE PASIVA SINO ACTIVA, ES DECIR, SU FUNCIÓN CONSISTIÓ EN ACTUALIZAR UN HECHO PRETÉRITO. ASÍ LA MIMESIS DEL ARTE EN SUS ORÍGENES SE DIFERENCIA DE LA MIMESIS COMO REFLEJO Y COMO IMAGEN DE LA REALIDAD FÍSICA, EN SU SENTIDO PASIVO.

DE ACUERDO CON ESTE PLANTEAMIENTO, LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA, ¿QUÉ PARADIGMA DEBE ESTRUCTURARLA? ¿QUÉ REALIDAD DEBE REFLEJAR O ACTUALIZAR?. EN RADIO LAS DIFICULTADES MIMÉTICAS SON SUPERABLES GRACIAS A LA TÉCNICA DE GRABACIÓN, YA QUE LOS SONIDOS A REFLEJAR SON TOMADOS DE LA NATURALEZA, O BIEN, DE LOS RUIDOS URBANOS O INDUSTRIALES SI SE DESEA HACER REFERENCIA A LA SOCIEDAD. LA RADIO PARA SER MIMÉTICA PUEDE REPRODUCIR RUIDOS Y SONIDOS DE LA REALIDAD SONORA NATURAL Y SOCIAL. PERO EL ARTE EN RADIO NO SE RESTRINGE A REFLEJAR SONIDOS HÁBILMENTE CONCATENADOS. AUNQUE ELLO LOGRA MIMESIS COMO REFLEJO, EL SENTIDO DE ACTUALIZACIÓN SUPONE UN CONCEPTO ESTÉTICO INTEGRAL, SUPERIOR A LA SIMPLE REPRODUCCIÓN DE SONIDOS.

DE ESTA LIMITACIÓN RESULTA LA NECESIDAD DE COMPRENDER EL SIGNIFICADO QUE EL ARTE EXPRESÓ EN SU ORIGEN, QUE FUE DE ESTABLECER PRINCIPIOS DE ORDENACIÓN DEL MUNDO, DE MODO QUE EL HOMBRE Y LA NATURALEZA CONTRAJERON RELACIONES DE MUTUA COEXISTENCIA. DICHA CONVIVENCIA FUE LOGRADA GRACIAS EL EMPLEO DE LA TEJNÉ. ESTE TÉRMINO GRIEGO DESIGNA EL ORDENAMIENTO, LA ESTRUCTURACIÓN DEL ESPACIO Y DEL TIEMPO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES VITALES DEL HOMBRE Y LA NATURALEZA. AL INTEGRAR A LA NATURALEZA A SUS NOCIO-

1 VID. DIETER JÄHNIG, CAPÍTULO PRIMERO.

DES DE ESPACIO Y DE TIEMPO -SIN PRETENDER DOMINARLA O EXPLOTAR--
LA- EL HOMBRE ESTABLECIÓ LOS LÍMITES FÍSICOS DE SU ACCIÓN HISTÓ-
RICA. CONSTRUYÓ EL MUNDO INVOLUCRANDO LA ORDENACIÓN DE LA NATURA
LEZA; FORMÓ Y FORMULÓ SU ENTORNO SOCIAL. POR ELLO, ACTUALIZAR EN
ARTE MEDIANTE EL EMPLEO DE LA TEJNÉ GRIEGA, SIGNIFICA PROYECCIÓN
HISTÓRICA Y SOCIAL DEL HOMBRE, DE LA SOCIEDAD Y DE LA HISTORIA -
(EL MUNDO).

EL PAPEL FORMADOR DE LA ESTÉTICA COMPRENDE ARTICULAR UN LEN-
GUAJE RADIOFÓNICO, ES DECIR, LA RELACIÓN ENTRE ESTÉTICA Y RADIO-
PROPONE LA ORDENACIÓN DE LA MATERIA SONORA.

4.1 EL LENGUAJE METAFORICO-SIMBOLICO DE LA ESTETICA RADIOFONICA

HABLAMOS DE LA MIMESIS RADIOFÓNICA DE DOS MODOS: A) UNO COMO ACTO QUE REFLEJA, B) OTRO COMO ACTO QUE ACTUALIZA. LA RELACIÓN ENTRE MIMESIS-REFLEJO PARECE EVIDENTE. PARA IMITAR LA REALIDAD FÍSICA EN RADIO, UN AVIÓN POR EJEMPLO, BASTA CON GRABAR EL SONIDO PRODUCIDO POR LAS TURBINAS DE LA AERONAVE: A PUNTO DE DESPEGAR O EN PLENO VUELO. PARA PRODUCIR MIMESIS DE LA NATURALEZA ES SUFICIENTE GRABAR MUJIDOS, LA CORRIENTE DE UN RÍO Y TODO TIPO DE RUIDOS ASOCIADOS A LA NATURALEZA QUE NOS REMITAN AL OBJETO IMITADO. ESTA MIMESIS NO REPRESENTA NINGUNA DIFICULTAD DESDE EL PUNTO DE VISTA CREATIVO, Y SU CORRECTA REALIZACIÓN Y COMPRENSIÓN DEPENDE DE LA TÉCNICA DE GRABACIÓN. ADEMÁS, SU INCLUSIÓN EN EL GUIÓN RADIOFÓNICO TAMPOCO REQUIERE ESPECIAL CUIDADO, YA QUE SUELE PRESENTARSE COMO EFECTO SONORO. ESTA SOLA NOMINACIÓN -MIMESIS REFLEJO IGUAL A EFECTO SONORO- DENUNCIA LA IMPORTANCIA QUE EL LENGUAJE SONORO HA TENIDO EN RADIO: DE SOPORTE A LAS PALABRAS DEL TEXTO. EL USO CORRECTO DE ESTE TIPO DE MIMESIS O EFECTOS, DEPENDE DEL GRADO DE CREDIBILIDAD QUE APORTE A LA EMISIÓN. ESTE RECURSO USADO EN OBRAS NARRATIVAS, CONSTITUYE EL EJEMPLO MÁS CLARO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO TRADICIONAL. DE ALLÍ QUE SE HAYA GENERALIZADO LA IDEA DE QUE EL ONIRISMO DE LA RADIO RADICA EN SU CAPACIDAD DE CREAR LA ILUSIÓN QUE NOS PERMITA PARTICIPAR DEL ESCENARIO SONORO DE LA EMISIÓN. POR LO CUAL RESULTA SENCILLO RECONSTRUIR EL AMBIENTE FÍSICO DE UNA PLAYA: SONIDO DEL OLEAJE, CHILLIDO DE GAVIOTAS, MURMULLO DE PALMERAS Y OTROS SONIDOS AFINES. ESTOS EFECTOS APOYAN A LAS PALABRAS DEL GUIÓN: ESTAR EN LA PLAYA.

EL ASUNTO DIFIERE CUANDO HABLAMOS DE MIMESIS RADIOFÓNICA COMO ARTE QUE ACTUALIZA UN ACTO CONCRETO, UN ACTO QUE TIENDE A LA FORMULACIÓN Y REFORMULACIÓN DEL MUNDO, O SEA, HACIA LA ORDENACIÓN DEL MUNDO. EN CONSECUENCIA, EL ARTE RADIOFÓNICO TRASCIENDE LA SONORIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE RADIO. EL PRINCIPIO DE ORDENACIÓN RECAE EN EL SONIDO, MATERIA PRIMA DE LA RADIO. ORDENACIÓN NO SIGNIFICA DISPONER EL MOMENTO DE INSERCIÓN DE UN EFECTO, DE LA MÚSICA O DE UN TEXTO EN LA ESTRUCTURA DE LA EMISIÓN. ORDENACIÓN DEL LENGUAJE SONORO QUIERE DECIR EN EL CONTEXTO DE ESTE CAPÍTULO, ESTRUCTURACIÓN DEL SONIDO EN METÁFORA Y SIMBOLISMO SONOROS.

EL PROPÓSITO DE LA METÁFORA Y DEL SIMBOLISMO RADIOFÓNICOS ES ESTABLECER RELACIONES DEL SONIDO CON LOS SIGNIFICADOS A DESTACAR EN EL PROGRAMA. RECONOCEMOS QUE EL SONIDO TIENE UN SUPUESTO INICIAL DE ORDEN ABSTRACTO, Y OTRO DE ORDEN MIMÉTICO (REFERENCIA DIRECTA A UN OBJETO CONCRETO). EN EL PRIMER CASO, EL SONIDO SE PRODUCE INDEPENDIENTEMENTE DE TODA RELACIÓN CON EL OBJETO ESPECÍFICO. ESTO SIGNIFICA QUE EL SONIDO -ACEPTANDO QUE LA VIBRACIÓN DEL OBJETO ES CONDICIÓN PARA PRODUCIRLO- PUEDE EXISTIR SIN QUE SEA PRECISO REMITIRLO AL OBJETO QUE LO PRODUJO. DE ÉSTO SE DERIVA LA POSIBILIDAD DE CREAR SONIDOS DE LOS QUE EL OYENTE CAREZCA UN MARCO DE SONIDOS CULTURALMENTE CONOCIDOS. POR OTRO LADO, LA REPRODUCCIÓN DEL SONIDO CUANDO SE IDENTIFICA CON EL OBJETO QUE LO GENERÓ, EXIGE UN PRINCIPIO DE IDENTIDAD ENTRE AMBOS. UN LADRINO, POR EJEMPLO, DA LUGAR A LA IDEA PSÍQUICA DE UN PERRO.

TANTO UNO Y OTRO PARADIGMA SON SUCEPTIBLES DE ARTICULARSE EN METÁFORA SONORA PARA LOGRAR LA TRASLACIÓN DE SIGNIFICADO, AUN QUE EL GRADO DE COMPRENSIÓN Y EXPRESIÓN VARIEN DE ACUERDO CON LA

FORMA Y EL CONTENIDO DEL PROGRAMA.

LOS NEXOS QUE EN PRIMER LUGAR ESTABLECE LA METÁFORA SONORA PARA LOGRAR LA TRASLACIÓN DE SENTIDO SUCEDEN A NIVEL DEL PARADIGMA DE MIMESIS COMO REFLEJO. EL SUPUESTO PRIMARIO ES EL SONORO; LA PERTENENCIA DE LO SONORO A LA REALIDAD CONCRETA DE LOS OBJETOS QUE PRODUCEN UN SONIDO DETERMINADO (REALIDAD SONORA). ASÍ LA REALIDAD SONORA, O REALIDAD MIMÉTICA, O REALIDAD ONOMATOPÉYICA, FIJA UN PRIMER SENTIDO (RECTO), UNA RELACIÓN INEQUÍVOCA ENTRE REALIDAD Y SONIDO. UN SEGUNDO MOMENTO OCURRE EN LA TRASLACIÓN DE UN SEGUNDO SENTIDO (DEL METAFORIZANTE) SOBRE EL SENTIDO DEL METAFORIZADO. EN UNA METÁFORA EXISTE UN SENTIDO RECTO COMO REQUISITO, Y UN SENTIDO FIGURADO COMO CONCLUSIÓN; EN UNA METÁFORA SONORA EL SENTIDO RECTO EQUIVALE A SONIDO REFLEJADO, A REALIDAD ONOMATOPÉYICA. PARA DETERMINAR LA FORMACIÓN DE LA METÁFORA SONORA ES PRECISO COMPRENDER CÓMO OPERA LA TRASLACIÓN DEL SENTIDO FIGURADO. ELLO DEPENDE DE SABER SI ES EL SONIDO RECTO (SONIDO REFLEJADO) EL QUE DA UN SENTIDO FIGURADO A UN SIGNIFICANTE (OBJETO EXPRESADO EN PALABRAS EN EL GUIÓN); O SI EL SIGNIFICANTE PROPORCIONA EL SENTIDO FIGURADO AL SONIDO REFLEJADO.

UNA PRIMERA SOLUCIÓN RINDE AL SONIDO REFLEJADO EL SENTIDO QUE PROPORCIONAN LAS PALABRAS DE UN TEXTO. PARA QUE ESA REFERENCIA DE SENTIDO SEA POSIBLE, DICHA RELACIÓN DEBE TRASCENDER LA MERA RELACIÓN ONOMATOPÉYICA. PARECE QUE ESTE PARADIGMA ES IRREDUCIBLE SOBRE SÍ MISMO. SI SE PRODUCE UN EFECTO DE AGUA (CORRIENDO VIOLENTAMENTE), LA SOLUCIÓN EN EL GUIÓN SE PRODUCE AL MENCIONAR RÍO, CASCADA, OLAS. DICHA RELACIÓN SUPONE UNA PRIMERA METÁFORA SONORA EN LA QUE LAS PALABRAS DAN DIVERSOS SENTIDOS A UN MISMO EFECTO, LO CUAL CONSTITUYE EL NIVEL MÁS ELEMENTAL EN QUE SE ESTA-

BLECE LA METÁFORA SONORA. EN ESTE CASO LAS PALABRAS PROPORCIONAN SENTIDO AL EFECTO, AUNQUE SEAN VARIAS LAS POSIBILIDADES DE DESIGNAR AL SONIDO, TODAS SE REDUCEN A AGUA CORRIENDO. COMO PRIMER INTENTO POR PRECISAR LA METÁFORA SONORA VALE DECIR QUE SE TRATA DE UN SONIDO REFLEJADO QUE ESTABLECE UN SENTIDO FIGURADO, DONDE DICHO SENTIDO SE LOGRA A PARTIR DE LA TRASLACIÓN EFECTUADA POR EL SENTIDO RECTO DEL SONIDO ONOMATOPÉYICO SOBRE EL SENTIDO RECTO -- PROPORCIONADO POR LAS PALABRAS DEL GUIÓN.

PUEDE FORMULARSE LA CUESTIÓN DE MODO INVERSO; QUE SEA EL -- SENTIDO RECTO DEL TEXTO EL QUE TRASCIENDA EL SENTIDO ONOMATOPÉYICO DEL SONIDO. AMBOS CASOS IMPLICAN SUPERAR EL SENTIDO RECTO, Y DEMUESTRAN EL CARÁCTER DINÁMICO DEL ESTABLECIMIENTO DE SENTIDO, -- YA DE LAS PALABRAS HACIA EL SONIDO, O DEL SONIDO HACIA LAS PALABRAS.

DE MODO ESQUEMÁTICO LO ANTERIOR SE RESUME ASÍ: A ES UN SONIDO ONOMATOPÉYICO, QUE AL ACTUAR SOBRE B, SENTIDO RECTO EXPRESADO CON PALABRAS, SUSTITUYE EL SENTIDO RECTO DE B, PREVALECIENDO EL SENTIDO RECTO DE A. EN EL SEGUNDO CASO: B, PALABRA CON SENTIDO RECTO AFECTA A A Y SUSTITUYE EL SENTIDO RECTO DE ÉSTE POR EL DE B, PRODUCIENDO UN SENTIDO FIGURADO. EL RESULTADO EN AMBOS CASOS -- PRODUCE UN SENTIDO FIGURADO QUE ES EL SENTIDO RECTO DEL ELEMENTO QUE SUSTITUYE AL METAFORIZADO, ES DECIR, EL METAFORIZANTE. NO SE TRATA DE SUSTITUIR UN SENTIDO POR OTRO, DEBIDO A QUE METAFORIZADO Y METAFORIZANTE CONTRAEN MUTUAS RELACIONES QUE HACEN POSIBLE EL INTERCAMBIO DE SENTIDOS SOBRE LA BASE DE CONSERVAR EL SIGNIFICADO, O SEA, POR LAS CONNOTACIONES DE ESOS SIGNIFICADOS RELACIONADOS. ADEMÁS, LA NECESIDAD DE DISTINGUIR EN QUÉ MOMENTO A ACTÚA SOBRE B, O B SOBRE A, OBEDECE A REQUERIMIENTOS DEL DISEÑO DEL --

PROGRAMA Y EL EMPLEO DE UNO Y OTRO PARADIGMA DEPENDE DE LAS NECESIDADES ORGÁNICAS DE LA EMISIÓN.

CUALQUIERA DE ESTOS DOS MODELOS PUEDEN FORMAR UNA METÁFORA MÁS COMPLEJA QUE SEA SIMBÓLICA. ESTO SIGNIFICA QUE ES POSIBLE -- CREAR RELACIONES ENTRE SONIDOS Y TÉRMINOS VERBALES ESCRITOS EN EL GUIÓN, CON EL OBJETO DE QUE FUNCIONEN EN LA EMISIÓN COMO SIGNIFICANTES DOTADOS DE SIGNIFICADOS Y CONNOTACIONES PROPORCIONADOS POR EL CONTENIDO DEL PROGRAMA. EN EL SIMBOLISMO LAS CONNOTACIONES CULTURALES CONSTITUYEN EL SIGNIFICADO DE LOS SIGNIFICANTES, Y SE ESTABLECE SEGÚN UN ACUERDO TÁCITO ENTRE QUIENES LO ASUMEN. LA PRODUCCIÓN DEL SÍMBOLO PRINCIPIA A PARTIR DEL CONCEPTO DE INMOTIVADO, O AUSENCIA DE RELACIÓN INMEDIATA Y DIRECTA ENTRE EL SONIDO ABSTRACTO Y LAS CONNOTACIONES HISTÓRICO-SOCIALES DE DICHO SÍMBOLO. LA ARTICULACIÓN DEL SIMBOLISMO RADIOFÓNICO EXIGE QUE LA EMISIÓN MISMA ESTÉ CONTEXTUALIZADA EN UN MARCO TEÓRICO-CULTURAL CONCRETO, PUES GRACIAS AL CONJUNTO DE NOCIONES Y VALORES EMPLEADOS CONFORME A NECESIDADES ESTÉTICAS, EL SIMBOLISMO SONORO ADQUIERE EL CONTEXTO QUE PRECISA PARA TENER SENTIDO. EL FUNDAMENTO DE SONIDOS ABSTRACTOS, CONCEBIDOS CON INTENCIONES ESTÉTICAS Y ESTILÍSTICAS, DESCANSA EN SU RELACIÓN CON LOS SIGNIFICADOS CULTURALES DEL PROGRAMA, PUES ÉSTE NO SE TRATA DE UNA EMISIÓN DE SONIDOS RAROS, SINO DE SONIDOS ABSTRACTOS QUE QUIEREN COMUNICAR EXPRESIONES COMPENSIBLES DEBIDO A SU IDENTIDAD CON SIGNIFICADOS NUEVOS. LA OBTENCIÓN DE ESTE NUEVO ORDEN DE SIGNIFICADOS PROPUESTOS ESTÁ RELACIONADO CON EL MARCO CULTURAL CONCRETO DEL CONTENIDO, ES DECIR, CON LA REFLEXIÓN MISMA DE LA CULTURA EFECTUADA POR EL AUTOR.

AL HABLAR DE METÁFORA SONORA DIJIMOS QUE SU CONCRECIÓN RESULTABA DE LA OBJETIVIDAD OFRECIDA POR EL SENTIDO RECTO DEL SONIDO-

O DEL CONTENIDO VERBAL. SI EL USO DE DETERMINADA METÁFORA SE REALIZA TENIENDO EN CUENTA AL CONJUNTO DE CONNOTACIONES QUE AL AUTOR RADIOFÓNICO LE INTERESA DESTACAR, ALCANZA UN GRADO DE CONVENCIONALISMO (LO QUE CARACTERIZA AL SÍMBOLO) LLEGANDO A FORMAR UN CONTEXTO DE SENTIDO EN EL QUE DEBE MOVERSE EL SIMBOLISMO RADIOFÓNICO.

DE ESTA MANERA ES COMO ACEPTAMOS QUE LA RADIO CUENTA CON -- SUS PROPIOS RECURSOS Y SU PROPIO LENGUAJE, EL CUAL ADQUIERE EFECTOS EXPRESIVOS DE BELLEZA ARTÍSTICA Y EFECTO DE INTENSIDAD EXPRESIVA. LOS EFECTOS EXPRESIVOS DE BELLEZA ARTÍSTICA RADIOFÓNICA SE OBTIENEN A TRAVÉS DE LA IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS, GRACIAS A LA REFERENCIA DE OTROS. CUANDO SE CITA UN ELEMENTO SE DA PAUTA A LA METÁFORA RADIOFÓNICA PARA REFERIR OTROS, EXTENDIENDO EL MARCO DE SIGNIFICADOS. SI LA METÁFORA ES UN RECURSO QUE SE UTILIZA EN LAS ARTES PARA REALIZAR REFERENCIAS SIMBÓLICAS A DIFERENTES HECHOS Y PARA PROPORCIONAR EFECTOS DE INTENSIDAD Y DE BELLEZA, ENTONCES EL EMPLEO DE LA METÁFORA RADIOFÓNICA ES UNA MANERA DE SIGNIFICAR EN EL RADIOARTE.

AL OBTENER LOS DOS CONCEPTOS DE LENGUAJE SIMBÓLICO Y DE LENGUAJE METAFÓRICO DE LA RADIOFONÍA, DEBEMOS CONTEMPLAR LA ARMONÍA DE ELLOS CON LA REALIDAD DE LA RADIO Y LA FUSIÓN SIMBÓLICA EN EL SONIDO.

EL SIMBOLISMO METAFÓRICO DEL SONIDO RESULTA PRODUCTIVO PENSADO COMO LA UNIÓN DE LAS REFERENCIAS METAFÓRICAS DEL SIMBOLISMO CON EL SONIDO. LA DEFINICIÓN DEL SIMBOLISMO SONORA INVOLUCRA AL SURREALISMO SONORO, QUE RESULTA DE COMBINAR EL SONIDO METAFORIZADO CON EL SIMBOLISMO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO. EL MEJOR RESULTADO DEL SURREALISMO RADIOFÓNICO SE LOGRARÁ EN MEDIDA DE LA SIMBO-

LIZACIÓN DEL LENGUAJE.

EL MEJOR RESULTADO DEL SURREALISMO SONORO, SE LOGRARÁ PROPORCIONALMENTE A LA OPTIMIZACIÓN DE LA SIMBOLIZACIÓN DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO.

LA METÁFORA SONORA QUE PROPONGA UN SIGNIFICADO DEBERÁ LOGRARLO A TRAVÉS DE LOS RECURSOS SONOROS, PARA CREAR UN CONTENIDO. -- ASÍ SE ESTRUCTURA EL SISTEMA DE LENGUAJE SIMBÓLICO EN LA RADIO.

4.2 RECURSOS RADIOFONICOS: INTENCION

LA MATERIA PRIMA DE LA RADIODIFUSIÓN ES EL SONIDO CUYA MANIFESTACIÓN INICIAL DENTRO DE LA RADIO SE REFIERE A MIMESIS REFLEJO, A EFECTO SONORO. DESDE EL ORIGEN DE LA RADIODIFUSIÓN, HAN EXISTIDO EFECTOS, MÚSICA, VOZ E INCLUSO SILENCIOS PARA DISEÑAR EL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE RADIO. ESTE CONJUNTO DE ELEMENTOS SONOROS CONSTITUYE LA HERRAMIENTA CON LA CUAL LOS PRODUCTORES DE RADIO HAN APOYADO SUS EMISIONES A FIN DE PROPORCIONARLES UN MARCO CONVENCIONAL DE AMBIENTACIÓN. EL USO DE RECURSOS RADIOFÓNICOS PARTICIPA A MANERA DE SOPORTE DE UN PROGRAMA Y SÓLO SE LES CONFIERE UN PAPEL RECREATIVO QUE NO REPRESENTA NINGÚN PROBLEMA ESTÉTICO NI ARTÍSTICO.

RUDOLF ARNHEIM CONFIERE AL EMPLEO DE LOS RECURSOS RADIOFÓNICOS DENTRO DE UNA OBRA NARRATIVA, LA POSIBILIDAD DE LOGRAR Y DESARROLLAR UNA ESTÉTICA RADIOFÓNICA. PARA REALIZARLA, SEGÚN ARNHEIM, ES PRECISO ADECUAR LOS EFECTOS AL PLAN NARRATIVO DEL GUIÓN PARA JERARQUIZAR LOS ELEMENTOS Y LOS MOMENTOS DE INSERCIÓN DE LOS RECURSOS SONOROS.

PARA LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA AQUÍ PROPUESTA LOS RECURSOS SONOROS SON HERRAMIENTAS QUE INTEGRAN EL NIVEL ELEMENTAL DEL LENGUAJE DE LA RADIO Y QUE PUEDEN ARTICULARSE EN UN CONCEPTO MÁS ELABORADO: LA METÁFORA Y EL SIMBOLISMO RADIOFÓNICOS. SUS CUALIDADES ONOMATOPÉYICAS, NO SON DESECHADAS SI CONTRIBUYEN A CONCRETAR LAS CUALIDADES EXPRESIVAS DE LA COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA, EN OTRAS PALABRAS, SI SU UTILIZACIÓN TRASCIENDE LA MERA AMBIENTACIÓN Y SI PARTICIPAN DENTRO DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA OTORGÁNDOLES INTENCION A SU MENSAJE.

LA INTENCIÓN SE COMPRENDE DE DOS MODOS. LA INTENCIÓN EXPRESIVA CORRESPONDE AL PLAN DRAMÁTICO DEL GUIÓN RADIOFÓNICO. SU PROPÓSITO ES REGULAR LA INTENSIDAD NARRATIVA. LA INTENCIÓN DE CONTENIDO RECONOCE LA CUALIDAD ONOMATOPÉYICA DE LOS RECURSOS RADIOFÓNICOS Y SE PROPONE ACLARAR EL MENSAJE CUANDO EL TRATAMIENTO ESTILÍSTICO ASÍ LO REQUIERA.

LOS RECURSOS RADIOFÓNICOS PUEDEN APROVECHARSE DE ACUERDO -- CON SU NATURALEZA. LA MÚSICA ES UN RECURSO QUE PROVEE DE INTENCIÓN EXPRESIVA A UNA EMISIÓN, Y PARA ACTUAR COMO INTENCIÓN DE -- CONTENIDO SE ACOMPAÑA DE LA VOZ Y DE EFECTOS SONOROS. LA MÚSICA PUEDE SER UN ELEMENTO HÍBRIDO (QUE NO SUGIERA NADA EN ESPECIAL) -- O UNO QUE INDIQUE ALGUNA REFERENCIA DEL MENSAJE, APOYADO CON PALABRAS. LOS EFECTOS SONOROS SE EMPLEAN DE MANERA CONVENCIONAL -- CONFORME AL TIPO DE GÉNERO RADIOFÓNICO DONDE INTERVENGAN. SIN EMBARGO, SU EMPLEO FUERA DE MODELOS ARQUETÍPICOS PRODUCE UNA INTENCIÓN EXPRESIVA, YA QUE SE METAFORIZARÁN AL ENTRAR EN EL CONTEXTO DEL SIMBOLISMO RADIOFÓNICO.

LA VOZ EN PROGRAMAS CONVENCIONALES SIRVE PARA DAR CONTINUIDAD. LA VOZ OFRECE SIGNIFICANTES Y SIGNIFICADOS, CONTENIDO Y SENTIDO. EN LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA ADQUIERE CUALIDADES DE INTENCIÓN DE CONTENIDO, AUNQUE ACTÚA CON BASE EN LA SIMBOLIZACIÓN Y -- LA METÁFORA RADIOFÓNICA. EL SILENCIO REPRESENTA UN ELEMENTO DE -- CONTENIDO SONORO, AUNQUE NO POSEA SONIDO; UN ELEMENTO DE SIGNIFICADO AUDITIVO SIN QUE EXISTA UNA VIBRACIÓN DE ALGÚN OBJETO PARA PRODUCIRLO. LOS SILENCIOS SON CONTENIDOS DE SONORIDAD Y DE INTENCIÓN EN LA EMISIÓN. ENCONTRAMOS EN EL SILENCIO MUSICALIDAD POR -- SU FRECUENCIA, RITMO Y ARMONÍA CON LA METAFORIZACIÓN CON QUE SE REALICE.

LOS RECURSOS RADIOFÓNICOS IMPLICAN LA INTENCIÓN EXPRESIVA Y DE CONTENIDO PARA SIGNIFICAR EL CONTENIDO DE UNA AUDICIÓN, PERO EL SURREALISMO RADIOFÓNICO EXIGE DE LOS RECURSOS UN MENAJE DISTINTO AL CONVENCIONAL PARA CONSTRUIR UN SISTEMA DE LENGUAJE DIFERENTE AL PREVALECIENTE EN LA PRÁCTICA RADIOFÓNICA. ESTO SERÁ POSIBLE GRACIAS AL EMPLEO DE LA METÁFORA Y SIMBOLISMO RADIOFÓNICOS. POR ELLO, EN EL LENGUAJE PROPUESTO EL SONIDO NO PUEDE USARSE DE MODO ARBITRARIO, SIN NINGÚN PROPÓSITO DE SIGNIFICADO. AL TRATARSE DE UNA NECESIDAD ORGÁNICA DE ESTE LENGUAJE, LA ORDENACIÓN DE TODOS LOS TIPOS DE SONIDO SE ORIENTA AL TRATAMIENTO ESTILÍSTICO DE LA EMISIÓN Y A ASPECTOS DE CONTENIDO.

LA CRÍTICA RESPECTO AL USO CONVENCIONAL DEL SONIDO NO DEMANDA DESCONOCER LAS POSIBILIDADES DE ESTA UTILIZACIÓN, LO ADMITE, PERO TRATA DE SUPERARLO A TRAVÉS DEL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO DE LA RADIO.

5. POIESIS RADIOFONICA: EL RADIOARTE

CONSIDERAMOS A LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA COMO MIMESIS QUE ACTUALIZA, COMO ACTITUD FORMADORA (ORDENADORA) DEL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO. EL PROPÓSITO DE LA ESTÉTICA RADIOFÓNICA ES REFLEXIONAR EN TORNO AL ARTE Y LO BELLO, A TRAVÉS DE LA SENSACIÓN, LA PERCEPCIÓN Y EL CONOCIMIENTO, PROPICIANDO LO QUE BENEDETTO CROCE LLAMÓ UNIDAD ESTÉTICA, EN LA CUAL EL HOMBRE POSEE CONOCIMIENTO INTUITIVO Y CONOCIMIENTO LÓGICO. AMBOS TIPOS DE CONOCIMIENTOS CONCRETAN LA POIÉISIS RADIOFÓNICA. EN SU RAÍZ GRIEGA, POIÉISIS, SIGNIFICA "ACCIÓN, CREACIÓN, ADOPCIÓN, FABRICACIÓN, CONFESIÓN, COMPOSICIÓN, POESÍA, POEMA"¹.

LA POIÉISIS RADIOFÓNICA COMPRENDE LAS NOCIONES ANTERIORES -- POR MEDIO DE: A) LA ESTÉTICA, DONDE LA METÁFORA Y EL SIMBOLISMO RADIOFÓNICOS CONSTITUYEN LA APORTACIÓN DE ESTILO, Y LA ORDENACIÓN DEL MATERIAL SONORO DE CUALQUIER NATURALEZA. B) EL ASPECTO DISCURSIVO, DONDE EL LENGUAJE SIMBÓLICO COMUNICA DE ACUERDO CON SU PROPIA ORGANIZACIÓN. EL PRODUCTO DE LA POIÉISIS RADIOFÓNICA ES EL RADIOARTE, CONSTITUÍDO POR LA METÁFORA Y EL SIMBOLISMO SONOROS, ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO DERIVADO DEL PLANTEAMIENTO DE COMUNICACIÓN COMO ESTÉTICA.

ESTA PROPOSICIÓN ES NECESARIA PARA TRASCENDER LA UTILIZACIÓN CONVENCIONAL DE LOS SONIDOS DE LA REALIDAD SONORA Y DE LA RESULTANTE DE LA ACCIÓN DEL HOMBRE. EL RADIOARTE APORTA UN LENGUAJE ESPECÍFICO Y UNA PERCEPCIÓN ESTÉTICA DEL SONIDO, CONDICIÓN A LA QUE CROCE REFIERE COMO CONOCIMIENTO INTUITIVO. DICHA INTUI-

1 JOSÉ M. PABONS S. DE URBINA, DICCIONARIO MANUAL GRIEGO ESPAÑOL, ED. BIBLIOGRAF, BARCELONA, 1967 (15A ED. 1982) P. 486

CIÓN ES SÓLO APARENTE YA QUE LA CONCIENCIA ESTÉTICA -EL CONOCIMIENTO QUE EL AUTOR TIENE SOBRE LOS PROBLEMAS DEL ARTE, DE SU EVOLUCIÓN Y DE SU LENGUAJE- INTEGRA EL MATERIAL SONORO DE ACUERDO CON LO QUE LA PERCEPCIÓN SUGIERA PARA LA LECTURA DE LA METÁFORA Y EL SIMBOLISMO RADIOFÓNICO. EL PROPÓSITO DE ESTE LENGUAJE SE LOGRA CUANDO LOS SONIDOS (INCLUYENDO PALABRAS CUYA POÉTICA NO LIMITEN LA POÉTICA SONORA) PROPORCIONAN SENTIDOS NUEVOS SOBRE LA BASE DE LA ESTÉTICA. LA PERCEPCIÓN DEL RADIOARTE, EN ESTE SENTIDO, DEMANDA AL RECEPTOR PARTICIPAR DEL CÓDIGO Y DEL MENSAJE POR MEDIO DE LA UNIDAD ESTÉTICA INTEGRADA POR LOS CONOCIMIENTOS LÓGICO E INTUITIVO.

EL RADIOARTE SE DESARROLLA DE ACUERDO CON PRINCIPIOS DE TEMPORALIDAD. REQUIERE DE UN GUIÓN LITERARIO Y DE UN GUIÓN RADIOFÓNICO. DE ELLO DEPENDE CONSEGUIR LA ORGANICIDAD DEL PROGRAMA Y LA ARTICULACIÓN DEL LENGUAJE PROPUESTO, EN EL QUE CADA SONIDO EMPLEADO DESEMPEÑE UNA FUNCIÓN DE SIGNIFICADO EN RELACIÓN CON LA EMISIÓN. EN EL RADIOARTE EL TIEMPO ROMPE CON LOS ESTEREOTIPOS PUES LA DURACIÓN DE LA OBRA NO SE SUJETA A HORARIOS Y PERÍODOS COMERCIALES, NI A POLÍTICAS INSTITUCIONALES DE LAS EMPRESAS DE RADIO SINO A NECESIDADES DE SU MENSAJE.

DISEÑADA LA ESTRUCTURA DEL PROGRAMA, PROPUESTOS LOS SONIDOS, LAS METÁFORAS Y SIMBOLISMOS RADIOFÓNICOS, ES IMPORTANTE LA POSIBILIDAD TÉCNICA QUE LOGRAN LAS RELACIONES SONORAS, PUES ELLO PERMITE SEGUIR UN RITMO PROPIO, UN RITMO QUE PERMITA LA EXPOSICIÓN DEL MENSAJE INTELIGIBLE.

POR OTRA PARTE EL SENTIDO DE "ACTUALIZACIÓN" DEL RADIOARTE NO ES EL DE RETRANSMISIÓN. SE REFIERE A LA PROYECCIÓN DEL HOMBRE EN SU RELACIÓN CON EL MUNDO, COMO MATERIA QUE LA REFLEXIÓN ESTÉ-

TICA TRANSFORMA DE MANERA CONSTANTE. DIETER JÄHNIG SOSTIENE QUE "EN SU ESTRUCTURA FIGURATIVA, EL ARTE ERA PRIMORDIALMENTE UNA AC TUALIZACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE EL HOMBRE Y LA NATURALEZA; ERA, PUES, LO QUE CARACTERIZA AL SER HUMANO"². ESTA CONDICIÓN ORIGINA RIA DEL ARTE QUEDA OCULTA, SEGÚN JÄHNIG, DESDE MEDIADOS DEL SI- GLO XVIII HASTA LA DÉCADA DE 1930 CUANDO EL ARTE SE APARTA DE SU FINALIDAD CONSTRUCTIVA.

EL RADIOARTE PROPONE, POR MEDIO DEL LENGUAJE METAFÓRICO SIM BÓLICO, RECUPERAR EL SENTIDO DEL ARTE QUE ES LA ORDENACIÓN DEL - MUNDO, CONCEPTO QUE "DESIGNAN EL CONJUNTO DE RELACIONES EN QUE - LOS HOMBRES CONVIVEN ENTRE ELLOS Y CON LA NATURALEZA DE LA QUE - DEPENDEN"³. EL TIPO DE RELACIÓN ENTRE HOMBRES Y NATURALEZA SE ES TATUYE A TRAVÉS DE LA POIÉSIS COMO CONSTRUCCIÓN, COMO TEJNÉ QUE- ES LA "RELACIÓN CONSTRUCTIVA DEL HOMBRE CON LA NATURALEZA"⁴. LA- TEJNÉ SONORA ES EL PRINCIPIO ESTÉTICO QUE SOSTIENE LA NECESIDAD- DE RECONSIDERAR Y REPLANTEAR EL LENGUAJE RADIOFÓNICO PARA PROPO- NERLO COMO HECHO QUE RELACIONA AL HOMBRE CON LA NATURALEZA MEDIAN TE LA CREACIÓN DEL SONIDO EN METÁFORA Y SIMBOLISMO.

LA RELACIÓN NO SE ESTABLECE SOBRE PRINCIPIOS DE DOMINIO CO- MO SUCEDE CON LA TÉCNICA DE LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN, QUE EN LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS ES SINÓNIMO DE EXPLOTACIÓN TANTO DEL HOM BRE COMO DE LA NATURALEZA. SE FIJA SOBRE EL DESPLIEGUE CONSTRUC- TIVO DEL MEDIO AMBIENTE QUE CONSISTE EN ESTATUIR EL ESPACIO Y EL TIEMPO DE LA ACCIÓN DEL HOMBRE. EL RADIOARTE ES UNA PROPOSICIÓN- CONSTRUCTIVA, EN EL SENTIDO AQUÍ MANEJADO. EL LENGUAJE RADIOFÓNI

2 DIETER JÄHNIG. OP. CIT., P. 25.

3 IBID., P. 15

4 IBID., P. 18

CO, CON SUS CONCEPTOS DE METÁFORA Y SIMBOLISMO PROPONE AL HOMBRE COMO CREADOR PERMANENTE DE SU LUGAR HISTÓRICO Y DEL TIEMPO DE SU ACCIÓN. ES LA ACTUALIZACIÓN DE SU VIDA COMO SER SEDENTARIO.

EL RADIOARTE AL PRESENTARSE COMO ACTUALIZACIÓN DE UN HECHO ULTERIOR QUE ACTUALIZA EL LENGUAJE METAFÓRICO SIMBÓLICO AFIRMA: - "EL LENGUAJE NO ES YA MEDIO DE COMUNICACIÓN, INFORMADOR, O INTER PARLANTE, SINO NUEVO SUCESO VIVO"⁵. ESTA NOCIÓN HACE POSIBLE QUE LA RADIO DEJE DE CONCEPTUARSE COMO UN MEDIO A TRAVÉS DEL CUAL -- PUEDAN TRANSMITIRSE AQUELLOS MENSAJES CONSIDERADOS IMPORTANTES, - A MENUDO DE CARÁCTER POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIAL, CULTURAL Y DE ENTRETENIMIENTO, Y QUE DESCONOCEN LAS CUALIDADES CONSTRUCTIVAS - DE LA RADIO. EL RADIOARTE PROPONE CONVERTIR AL MEDIO EN ALGO - MÁS QUE ELLO; PRETENDE INCORPORAR AL HOMBRE A LA REFLEXIÓN ESTÉTICA DEL MUNDO.

LA POIÉSIS RADIOFÓNICA INVOLUCRA EL CONCEPTO DE METÁFORA EN EL SIMBOLISMO RADIOFÓNICO. HACE USO DE VARIOS GIROS DE LENGUAJE SONORO CON QUE SE PUEDE DAR MAYOR INTENSIDAD A UNA EXPRESIÓN, APARTÁNDOSE DEL SIGNIFICADO INICIAL DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO PRECEDENTE.

LA CONSTRUCCIONES COMUNES DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO PROPICI-- CIAN LA IMAGINACIÓN, "QUE ES ACTIVIDAD CREADORA EXTRAPERCEPTIVA"⁶ SEGÚN ENUNCIAN GUILLO DORFLES, CUANDO SE HACE REFERENCIA A ALGO UTILIZANDO EFECTOS, MÚSICA Y PALABRAS.

LA POIÉSIS SONORA PROPONE ELABORAR ESA METÁFORA PORQUE EN ELLA SE CONJUGAN TODOS LOS ELEMENTOS DE EXPRESIÓN CON LOS QUE SE-

5 IBID., P. 27

6 GUILLO DORFLES, EL DEVENIR DE LAS ARTES, FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, MÉXICO, 1977, P. 20

DA MAYOR NOTABILIDAD A UNA CONSTRUCCIÓN ESTÉTICA. ESOS GIROS DE LENGUAJE RADIOFÓNICO EXPRESAN CONOCIMIENTOS, POESÍA, CULTURA, ARTE Y PSICOLOGÍA.

LAS FIGURAS LITERARIAS QUE NOS PERMITEN ELABORAR, COMPRENDER Y SISTEMATIZAR EL CONOCIMIENTO DE LA RADIOFONÍA SIMBÓLICA, SON VÍAS DE ACCESO AL LENGUAJE COMÚN, LOGRANDO UN LENGUAJE LÓGICO, INTENCIONAL Y EXPRESIVO. ESTAS FIGURAS DESARROLLAN CON MAYOR DETALLE EL LENGUAJE METAFÓRICO, YA QUE ESTABLECEN TRANSFERENCIA DE SENTIDO DE ACUERDO CON LOS ELEMENTOS FORMALES DE LAS FIGURAS RETÓRICAS.

DENTRO DEL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO DE LA RADIO, LAS FIGURAS RETÓRICAS MÁS PERTINENTES APLICABLES AL RADIOARTE SON LAS QUE ARTICULAN UN MENSAJE SONORO SIN RECURRIR COMO ÚNICO MEDIO DE EXPRESIÓN A LA LENGUA HABLADA. ESTAS FIGURAS SON LAS SIGUIENTES: LA ALEGORÍA ES UNA FICCIÓN DONDE UN OBJETO REPRESENTA O SIGNIFICA OTRO DIFERENTE. SE USA CUANDO UN CONCEPTO ABSTRACTO SE PERSONIFICA CON UN SONIDO. EJEMPLO, EL AMOR PERSONIFICADO POR UN SONIDO ESTRIDENTE, Y EN OTRAS OCASIONES, CON SONIDOS SUAVES.

LA ALITERACIÓN SE PRODUCE CUANDO SE REPITE UN MISMO SONIDO, HACIÉNDOLO EVIDENTE EN UNA MISMA CLAÚSULA, SEGMENTO O BLOQUE. SU FINALIDAD ES SEMEJANTE A LA ONOMATOPEYA. PERSIGUE LA ARMONÍA Y MUSICALIDAD DE UNA EXPRESIÓN. EJEMPLO, EL AMOR (ALEGORÍA) REPETIDO EN UN MISMO BLOQUE.

LA ALUSIÓN CONSISTE EN HACER REFERENCIA A PERSONAS O COSAS A TRAVÉS DE SONIDOS, ELABORANDO UNA TRAYECTORIA MENTAL CON CONEXIONES DE SENTIDO YA CONOCIDAS. EJEMPLO, UN SEGMENTO QUE CONTENGA MÚSICA DE RICHARD WAGNER, DESFILE MILITAR, SALUDO NAZI; SE EN

TIENDE QUE SE QUIERE DESCRIBIR A HITLER Y EL FASCISMO ALEMÁN.

LA AMPLIFICACIÓN ES EL DESARROLLO QUE SE DA A UNA IDEA, EXPLICÁNDOLA DE VARIOS MODOS O ENUMERANDO PUNTOS O CIRCUNSTANCIAS QUE CON ELLA TENGAN RELACIÓN. EJEMPLO, (ALUSIÓN A HITLER Y LA -- GUERRA) EXPLOSIONES, DISPAROS, JUDÍOS, LLANTO, MARCHAS MARCIALES, PERROS, RISAS FEMENINAS, FINALMENTE SONIDOS CONFUSOS Y SILENCIO.

LA ANÁFORA ES LA REPETICIÓN SIMPLE QUE CONSISTE EN USAR UN MISMO SONIDO (RETRATO), AL COMIENZO DE VARIOS BLOQUES, SEGMENTOS O PEQUEÑAS SECCIONES. EJEMPLO, REPRESENTAR EL ODIO (ALEGORÍA) -- CON EL GRUÑIDO DE UN PERRO DURANTE UNA CONVERSACIÓN. REPETIRLA - AL INICIO DE CADA DIÁLOGO.

LA ANTÍTESIS CONSISTE EN CONTRAPONER SONIDO O IDEAS A OTRAS DE CONTRARIA SIGNIFICACIÓN. ES UNA FIGURA CUANDO LA OPOSICIÓN O CONTRADICCIÓN MUESTRAN HOMOGENEIDAD DE LOS TÉRMINOS, CONCISIÓN Y PARALELISMO DE LOS MIEMBROS CONTRAPUESTOS. EJEMPLO, SIMBOLIZAR - ESCASEZ CON GOTAS DE AGUA AL CAER, CONTRAPONIENDO LA ABUNDANCIA - SIMBOLIZADA CON UN FLUJO DE AGUA.

EL APÓSTROFE SE PRODUCE CUANDO SE CORTA DE PRONTO EL HILO - DEL DISCURSO NARRATIVO PARA DIRIGIR LA PALABRA CON VEHEMENCIA A CUALQUIER COSA O PERSONA PRESENTE O AUSENTE. EJEMPLO, BLOQUE NARRATIVO DE GUERRA; INTERRUMPIDO POR RISAS, MÚSICA Y JÚBILO.

ATENUACIÓN ES OTRA FIGURA RETÓRICA CON LA QUE SE TRATA DE - COMUNICAR MUCHO DICIENDO POCO, SIMBOLIZANDO SONORAMENTE UN DETALLE CONOCIDO. EJEMPLO, UN SEGMENTO SONORO ESTRUCTURADO POR: PALOMA, MÚSICA CHINA, PALOMA, MÚSICA RUSA, PALOMA, MÚSICA FRANCESA, PALOMA, MÚSICA ESPAÑOLA, PALOMA, MÚSICA POLACA. CON ESTA SECUENCIA SE SIMBOLIZA EL DESEO DE PAZ.

EL CARÁCTER ES LA MARCA O DISTINTIVO, FUERZA Y ORIGINALIDAD DE INTENSIÓN Y DE ESTILO QUE LO HACEN DIFERENTE DE LO COMÚN CONNOTABILIDAD. SE ACERCA A LA PROPIEDAD O A LA PERSONALIDAD. EJEMPLO, PARA REFERIRNOS A LA CULTURA JUDÍA: PALABRAS EN HEBREO Y CANTO JUDÍO RELIGIOSO.

LA CARICATURA ES LA DESCRIPCIÓN CON LA QUE SE RIDICULIZA A UNA PERSONA, GENERALMENTE EXAGERANDO CIERTOS RASGOS PROMINENTES. SE PUEDE LOGRAR CON LA AYUDA DE LAS ONOMATOPEYAS, LAS PALABRAS O LOS EFECTOS. EJEMPLO, AL REFERIRNOS A HITLER: DURANTE UN DISCURSO RELACIONADO CON LADRIDOS.

EL CLÍMAX O GRADACIÓN COLOCA LAS IDEAS EN ORDEN ASCENDENTE (COMÚNMENTE) O DESCENDENTE, LLEGANDO A UN DESENLACE O A UN RESULTADO. EJEMPLO, PARA DENOTAR LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: VOCES ALEMANAS, DISPAROS CON ARMAS DE FUEGO, LLANTO Y VOCES JUDÍAS, FRANCESAS, RUSAS Y POLACAS, AMENAZAS EN JAPONÉS E ITALIANO, LAMENTOS ENTRE DISPAROS, MULTITUDES, DISPAROS MÁS NUTRIDOS CON AUMENTO EN EL RUIDO DE LAS PERSONAS, LAMENTOS ALEMANES E ITALIANOS, MÁS DISPAROS Y SONIDO DE LA EXPLOSIÓN DE UNA BOMBA, LAMENTOS JAPONESES Y SILENCIO.

LA COMUNICACIÓN ES UNA FIGURA RETÓRICA Y UN RECURSO ESTILÍSTICO QUE CONSISTE EN PREGUNTAR EL AUTOR A SU PÚBLICO, PARA LUEGO DARSE A SÍ MISMO LA RESPUESTA. EJEMPLO, SE INICIA UN SEGMENTO SONORO CON DISPAROS, EXPLOSIONES, RUIDO DE AVIONES. SE PREGUNTA EN TONCES DE MODO VERBAL ¿QUIÉN INICIÓ LA GUERRA? Y SE RESPONDE DE MANERA SIMBÓLICA CON OTRO SEGMENTO DESCRIBIENDO A HITLER: SU VOZ EN UN DISCURSO, SU SALUDO A LA MILICIA NAZI Y UNA RISA.

LA CONJUNCIÓN ES LA REPETICIÓN DE UN SONIDO QUE HACE POSIBLE UNIR IDEAS O ELEMENTOS EQUIVALENTES DENTRO DE UN MENSAJE. --

PRODUCE UN EFECTO DE CADENCIA, ENERGÍA Y SONORIDAD. EJEMPLO, GENTE CORRIENDO Y TIMBRE DEL METRO, TELEVISIÓN Y TIMBRE DEL METRO, - MÚSICA INSTRUMENTAL Y TIMBRE DEL METRO, PUERTAS ABRIÉNDOSE Y CERRÁNDOSE Y TIMBRE DEL METRO, ESCALERAS ELÉCTRICAS, TORNQUETE Y TIMBRE DEL METRO. TODO ELLO EN UN BLOQUE NARRATIVO.

LA CRONOFONÍA CONSISTE EN DESCRIBIR EL TIEMPO EN QUE ACONTECE LA ACCIÓN, YA SEA UNA HORA DEL DÍA, UNA ESTACIÓN DEL AÑO O UNA ÉPOCA DETERMINADA. EJEMPLO, PARA SITUAR LA PRIMAVERA EN LA SECUENCIA SE INCLUYEN: CANTO DE PÁJAROS, CORRIENTE DE AGUA, "PRIMAVERA" DE ANTONIO VIVALDI.

EN LA DUBITACIÓN EL AUTOR MANIFIESTA DUDA O PERPLEJIDAD ACERCA DE LO QUE DEBE DECIR O HACER, SE UTILIZA PARA EVITAR OBJECIONES. EJEMPLO, SE EMPLEAN RECURSOS SONOROS PARA REFERIR A ADOLFO HITLER: GUERRA, MARCHA, BOMBAS, LLANTOS. LUEGO EL AUTOR PREGUNTA ¿SI ÉL NO LO HUBIESE HECHO?. A CONTINUACIÓN UNA SECUENCIA CON VOZ DE DICTADOR RUSO, MARCHAS, CANTOS BÉLICOS, BOMBAS Y LLANTO. DE NUEVO EL AUTOR PREGUNTA ¿O BIEN?. DESPUÉS SECUENCIA CON VOZ DE DICTADOR ITALIANO CON LOS RECURSOS SONOROS EMPLEADOS PARA LAS SECCIONES ANÁLOGAS. FINALMENTE EL AUTOR EXPRESA LA DUDA: ¿OTAL VEZ?

EN LA ENUMERACIÓN SE REFIEREN RÁPIDA Y ANIMADAMENTE VARIAS IDEAS O DISTINTOS ASPECTOS DE UN CONCEPTO O PENSAMIENTO GENERAL. ES UNA DESCRIPCIÓN ACUMULATIVA Y SUCESIVA. EJEMPLO, SECUENCIA: - LOCUTOR: HOMBRE BÉLICO, EFECTO: VOZ DE HITLER. LOCUTOR: UN PUEBLO EUFÓRICO, EFECTO: MULTITUD Y CANTOS. LOCUTOR: UN EJÉRCITO CEGADO, EFECTO: MARCHAS Y CANTOS BÉLICOS. LOCUTOR: LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, EFECTO: RIFLES, METRALLETAS Y CAÑONES, BOMBAS Y PISTOLAS.

LA HIPÉRBOLE CONSISTE EN EXAGERAR LO QUE SE DICE. EJEMPLO, - PARA EXAGERAR LA INOCENCIA DE LOS ALIADOS DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: LOCUTOR: LOS ALIADOS; MÚSICA: "POMPA Y CIRCUNSTAN-- CIA" (INGLESES), MARCHA "SEMPER FIDELIS" (NORTEAMERICANOS), "LA-MARSELLESA" (FRANCESES) Y "MARCHA ESLAVA" (RUSOS) Y; EFECTO: PA-LOMA. LOCUTOR: EN CONTRA DE LA TIRANÍA ALEMANA; MÚSICA: MARCHAS-PRUSIANAS Y; EFECTO: LEÓN CONTRA UN CIERVO.

CON LA IRONÍA O LA ANTÍFRASIS SE DA A ENTENDER LO CONTRARIO DE LO QUE SE DICE. EJEMPLO, LA INTENCIÓN DE UN PROGRAMA DURANTE-UN DISCURSO ES COMUNICAR TRISTEZA Y PARA ELLO SE UTILIZA EL SONI-DO DE UNA RISA.

METÁBOLE ES UNA FIGURA QUE CONSISTE EN REPETIR PALABRAS O - SONIDOS EN LA SEGUNDA SECCIÓN O SEGMENTO AUNQUE EN ORDEN INVERSO. EJEMPLO, DOS SEGMENTOS SONOROS CONTIENEN LOS MISMOS SONIDOS. EL-PRIMERO INCLUYE: UNA EXPLOSIÓN SEGUIDA POR UN LLANTO Y POR MÚSICA DE VIOLINES PARA FUNALIZAR CON UNA RISA. EL SEGUNDO INICIA CON - EL LLANTO, CONTINÚA CON LA MÚSICA DE VIOLINES; DESPUÉS LA RISA Y CONCLUYE CON LA EXPLOSIÓN. EN EL PRIMER SEGMENTO EL MENSAJE PRO-PONE SUPERAR LA SITUACIÓN DE PATETISMO; EN EL SEGUNDO EL MENSAJE SE INTERRUMPE VIOLENTAMENTE.

CON LA METONIMIA SE DESIGNA UNA COSA CON EL NOMBRE DE OTRA, TOMANDO EL EFECTO POR LA CAUSA O VICEVERSA: EL SIGNO POR LA IDEA QUE EXPRESA. EJEMPLO, LA RISA DESIGNA LA FELICIDAD DE LOS JUDÍOS, REFERIDA ORALMENTE.

LA OBSTESTACIÓN CONSISTE EN AFIRMAR O NEGAR CON EXCLAMACIÓN ALGÚN OBJETO, COLOCANDO POR TESTIGOS A DIOSES, LOS HOMBRES, A LA NATURALEZA, A SERES INANIMADOS O A VALORES MORALES. POR EJEMPLO, SI SE ASIGNA UN SONIDO A UNA DIVINIDAD -EL TRUENO AL DIOS ROMANO

DE LA GUERRA, MARTE- PUEDE HACERSE UNA AFIRMACIÓN EN SU NOMBRE.- EL SALUDO NAZI SEGUIDO POR EL TRUENO SE EMPLEA PARA ENFATIZAR EL SENTIDO BÉLICO. EL SEGMENTO CONCLUYE CON UNA ACLAMACIÓN.

LA ONOMATOPEYA ES EL EMPLEO DE EFECTOS QUE IMITAN AL SONIDO PRODUCIDO POR ALGÚN OBJETO. EJEMPLO, LA GUERRA SE IMITA CON SONIDOS DE EXPLOSIONES, DISPAROS, BOMBARDEOS Y LAMENTOS.

PARADIÁSTOLE ES UNA FIGURA QUE USA EN LAS CLÁUSULAS, SEGMENTOS Y BLOQUES, RADIOSEMAS Y SONIDOS DE SIGNIFICACIÓN SEMEJANTE - EN APARIENCIA, DANDO A ENTENDER QUE LA TIENEN DIVERSA. EJEMPLO,- EN UN SEGMENTO SE INCLUYE LA VOZ DE ADOLFO HITLER DURANTE UN DISCURSO. SE INTERCALA EL GRUÑIDO DE UN PERRO. AMBOS SONIDOS DENOTAN CORAJE, PERO VERBALMENTE SE AFIRMA QUE EL GRUÑIDO SIGNIFICA NOBLEZA.

LA PERÍFRASIS DESIGNA A UNA PERSONA O A UN OBJETO CON UN MOTE O SÍMIL. EJEMPLO, AL REFERIRNOS A LA CIUDAD EMPLEAMOS SONIDOS DE AUTOS ARRANCANDO, BOCINAS DE AUTOMÓVILES Y RUIDO DE MAQUINARIA.

EL PLEONASMO EMPLEA UNA IDEA, SONIDO O PALABRAS INNECESARIAS PARA EL RECTO Y CABAL SENTIDO DE UN SEGMENTO, PERO CON LOS CUALES SE DA GRACIA O VIGOR A LA EXPRESIÓN. EL TRIUNFO DE LAS FUERZAS ALIADAS SEÑALADO VERBALMENTE, POR EJEMPLO, POSEE COMO ELEMENTOS QUE CONTRIBUYEN A LA INTENSIÓN EXPRESIVA EL SONIDO DE RISSAS, MÚSICA DE VIOLINES Y VOCES ANIMOSAS.

LA PROSOPOPEYA APLICA LAS ACCIONES Y CUALIDADES PROPIAS DEL SER ANIMADO O LAS DEL HOMBRE, A LOS OBJETOS INANIMADOS O ABSTRACTOS. EJEMPLO, LA PAZ DESIGNADA CON MÚSICA DE VIOLINES FUNCIONA DENTRO DE UN PROGRAMA COMO UN PERSONAJE, AL QUE SE LE ATRIBUYEN CUALIDADES HUMANAS.

LA REDUPLICACIÓN ES LA REPETICIÓN CONSECUTIVA DE UN VOCABLO, SONIDO O RADIOSEMA EN EL DESARROLLO DE UN SEGMENTO. EJEMPLO, EL SONIDO DE AGUA AL GOTEAR INICIA EL SEGMENTO. DESPUÉS SE INCLUYE OTRO SONIDO -LA MÚSICA DE VIOLINES PARA SIGNIFICAR PAZ. LUEGO SE PRESENTA EL GOTEIO PERO CON UN RITMO MÁS RÁPIDO.

EL RETRATO ES LA DESCRIPCIÓN DE LA FIGURA Y CARÁCTER, DE -- LAS CUALIDADES FÍSICAS Y MORALES DE UNA PERSONA. EJEMPLO, ADOLFO HITLER PUEDE SER RETRATADO EN ALGÚN ASPECTO CON EL SONIDO PRODUCIDO POR UNA HIENA.

EL DESENVOLVIMIENTO DE LA RETICENCIA SE LLEVA A CABO CUANDO SE DEJA INCOMPLETA ALGUNA SECCIÓN, PENSAMIENTO O BLOQUE NARRATIVO, SIN EMBARGO, SE DA A ENTENDER EL SENTIDO DE LO QUE SE DICE O DESEA DECIR. EJEMPLO, DENTRO DE UN SEGMENTO NARRATIVO CON PARLAMENTOS Y MUSICALIZADO SOBRE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL PODEMOS -- CORTAR EL MENSAJE CUANDO EL LÍDER NAZI ESTÉ ENARDECIENDO POR VEZ PRIMERA A LA MULTITUD ALEMANA DURANTE UN MITIN.

EL SARCASMO SE USA EN UN SENTIDO RECTO Y EN UN SENTIDO FIGURADO EMPLEANDO UN MISMO SONIDO PARA AMBOS CASOS. EJEMPLO, SE EMPLEA EL SONIDO IMITATIVO Y LA METÁFORA SONORA. UN GRUÑIDO SIGNIFICA UN PERRO Y POSTERIORMENTE, RABIA O ENOJO.

EL SÍMIL SE UTILIZA PARA COMPARAR UNA COSA CON OTRA, PARA DAR VIVEZA Y EFICIENCIA A UNA DE ELLAS. PRESUPONE RELACIÓN ENTRE UN HECHO DE LA REALIDAD Y OTRO QUE POSEE LAS MISMAS CUALIDADES - EN MAYOR GRADO. EJEMPLO, PARA SIGNIFICAR FUERZA SE RECURRE AL SONIDO DE DISPAROS DE UN FUSIL, Y PARA COMPARAR, AL DE UNA METRALLE

IA Y QUE ES EL SONIDO DE MAYOR GRADO DE INTENSIDAD.

LA SINÉCDOQUE CONSISTE EN DESIGNAR UNA COSA CON EL NOMBRE - DE OTRA EN RAZÓN DE EXISTIR SIMULTÁNEAMENTE, O ESTAR COHESIVAS EN EL ESPACIO MAS NO PORQUE HAYA SIMILITUD ENTRE ESAS COSAS. EJEMPLO, EL SONIDO DE EXPLOSIÓN POR LA DESTRUCCIÓN.

TROPOFONÍA ES LA DESCRIPCIÓN DE UN PAISAJE O ALGÚN LUGAR -- CON FISONOMÍA ESTÉTICA. EJEMPLO, UN CAMPO DE CONCENTRACIÓN SE REFIERE CON LAMENTOS, VOCES EN TONO AUTORITARIO Y RÁFAGAS DE AMETRALLADORAS.

EL TROPO ES EL EMPLEO DE LAS PALABRAS EN SENTIDO DISTINTO - DEL QUE PROPIAMENTE LES CORRESPONDE, PERO QUE TIENEN CON ÉSTE ALGUNA CONEXIÓN. LOS TROPOS SON LA METÁFORA, LA METONIMIA Y LA SINÉCDOQUE Y SU FUNDAMENTO ES LA ASOCIACIÓN DE IDEAS. LOS TROPOS SON OBJETO DE ESTUDIO DE LA SEMÁNTICA, LA GRAMÁTICA Y LA LITERATURA.

ESTAS FIGURAS RETÓRICAS SON MENCIONADAS DEBIDO A QUE SE RELACIONAN CON EL CONOCIMIENTO DE RADIOFONÍA ESTÉTICA. TAMBIÉN SON LAS DE MAYOR APLICACIÓN PARA ELABORAR, ESQUEMATIZAR Y CONOCER ESTA PROPUESTA, LA POIÉSIS RADIOFÓNICA.

NUESTRA HERRAMIENTA PRINCIPAL ES LA METÁFORA PORQUE ELLA -- CONJUGA LAS FORMAS EXPRESIVAS DE LOS GIROS DEL LENGUAJE, LOS CUALES SON OBJETO DE ESTUDIO PARA EL DESARROLLO CONCEPTUAL DE LA -- POIÉSIS SONORA. LAS FIGURAS RETÓRICAS SE CLASIFICAN EN FIGURAS -- DE PENSAMIENTO, DE DICCIÓN Y EN TROPOS. LAS PRIMERAS CONSISTEN -- EN Matices del pensamiento, INDEPENDIENTES DE LA EXPRESIÓN. EN -- LAS DE DICCIÓN LA PALABRA CONSERVA EL SIGNIFICADO. LOS TROPOS -- SON FIGURAS EN LAS QUE CAMBIA EL SENTIDO DE LA PALABRA.

LA POIÉSIS RADIOFÓNICA SE VALE DE ESTOS RECURSOS CUYO MANEJO DEPENDE DE LAS INTENCIONES ARTÍSTICAS Y ESTÉTICAS DEL REALIZADOR DEL RADIOARTE. DESARROLLAR UN MENSAJE SONORO REQUIERE DEL AUTOR ADECUAR LOS ELEMENTOS DE QUE SE DISPONE - LA METÁFORA Y EL SIMBOLISMO SONOROS, Y LAS FIGURAS RETÓRICAS- A LOS CONCEPTOS DE ARTE COMO CONSTRUCCIÓN. EN ESTE SENTIDO EL RADIOARTE ES CREATIVO Y ESPECÍFICO, YA QUE SUS COMPONENTES FORMALES Y DE CONTENIDO SE SOSTIENEN TEÓRICAMENTE Y ESTÁN SEÑALADOS CON AMPLITUD.

CONCLUSIONES

PROPONER AL RADIOARTE DEMANDA LA ADQUISICIÓN PRIMARIA DE CONCIENCIA ESTÉTICA, LA CRÍTICA DE LA ACTUAL PRÁCTICA RADIOFÓNICA Y DE LAS TEORÍAS DE COMUNICACIÓN, EL RECONOCIMIENTO DE UN LENGUAJE PROPIO DE LA RADIO Y SU COMPRENSIÓN COMO PROBLEMA DE CREACIÓN, - COMO PROBLEMA ESTÉTICO.

LA NECESIDAD DE CREAR CONCIENCIA ESTÉTICA ENTRE QUIENES PARTICIPAN DE UNA EMISIÓN RADIOFÓNICA -UN EMISOR Y UN RECEPTOR- TIENE COMO CONSECUENCIA INCITAR LA REFLEXIÓN, LA CRÍTICA DE FORMAS Y CONTENIDOS ESTÉTICOS, TANTO DE EXPRESIONES ARTÍSTICAS PRECEDENTES COMO DE LAS ACTUALES. PARA ELLO LA CONCIENCIA ESTÉTICA SE REMONTA A LOS ORÍGENES DEL ARTE PARA TRABAJAR EN LA REALIZACIÓN -- DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO COMO HECHO VIVO, COMO UNA EXPERIENCIA - QUE ORDENA LOS SONIDOS. EL CONOCIMIENTO DE LAS TEORÍAS ESTÉTICAS AMPLÍA LOS PUNTOS DE VISTA DESDE LOS CUALES PUEDEN TRATARSE LOS PROBLEMAS DEL ARTE. LA REFLEXIÓN ESTÉTICA CONFRONTA EL MODO CONVENCIONAL DE HACER RADIODIFUSIÓN Y CONDUCE A RECONSIDERAR AL CONJUNTO DE IDEAS PRECONCEBIDAS QUE SOBRE RADIO EXPRESAN QUIENES -- PARTICIPAN DE SU PRÁCTICA.

EL RADIOARTE ES LA FORMA VIVA DEL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO DEBIDO A SU CARÁCTER DE ORDENACIÓN DEL MUNDO. EL DESARROLLO DE ESTA NOCIÓN EN UN PROGRAMA DE RADIO REPLANTEA LA CONSIDERACIÓN DE MEDIO ACEPTADA POR LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN. PARA LA ESTÉTICA, TOMANDO EN CUENTA LA GAMA DE RECURSOS RADIOFÓNICOS, LA RADIO NO ES UN MEDIO A TRAVÉS DEL CUAL PUEDEN TRANSMITIRSE MENSAJES DADAS SUS CUALIDADES DE MASIVO. NO ES UN CANAL POR EL CUAL - SE ENAJENA O SE IMPARTE CONCIENCIA POLÍTICA EXCLUSIVAMENTE. LA -

RADIO SE TRANSFORMA CON EL EMPLEO DEL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO EN EL QUE SE ENCUENTRAN LOS CONCEPTOS DE MIMESIS COMO REFLEJO Y LA MIMESIS COMO ORDENACIÓN DEL MUNDO. EN ESTA ÚLTIMA CONCEPCIÓN EL RADIOARTE TIENE SU FUNDAMENTO TEÓRICO, ASÍ COMO DE SU LENGUAJE QUE PLANTEA LA ORDENACIÓN DEL CONJUNTO DE SONIDOS COMO UN SUCESO QUE ABARCA LAS CONDICIONES DE EXISTENCIA DEL HOMBRE EN SU TOTALIDAD. EL PROBLEMA ESTÉTICO NO DEBE INTERESAR COMO TAL, SINO TAMBIÉN COMO UN PROBLEMA SOCIAL DONDE EL HOMBRE REALIZA EL HALLAZGO DE LAS RELACIONES ENTRE LOS FACTORES Y ELEMENTOS QUE RODEAN A LA SOCIEDAD Y LA REFERENCIA QUE TIENE CON EL MUNDO.

AL CONQUISTAR UN LENGUAJE PARTICULAR LA RADIO CONQUISTA SU INDEPENDENCIA CON RESPECTO A LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS QUE SIN APROVECHAR LAS CUALIDADES DE CREACIÓN DE LA RADIO, HAN FORMADO SU ESTRUCTURA. AL ALCANZAR SU CATEGORÍA DE ARTE LA POIÉSIS RADIOFÓNICA PROPONE UNA APERTURA PARA LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN PUESTO QUE EN SU CASO, EL MENSAJE NO TIENE LA EXIGENCIA DE PRESENTARSE COMO VERDADERO, NI EL RIESGO DE FORMAR PARTE DE NINGUNA IDEOLOGÍA.

EL RADIOARTE TIENE EL FIN DE PROPICIAR LA CAPACIDAD REFLEXIVA Y ESTÉTICA DEL HOMBRE HACIA LOS SONIDOS, DE DISPONERLO A ORGANIZAR INTELIGIBLEMENTE EL MENSAJE RADIOFÓNICO OFRECIDO, DE SUGERIR UN CONCEPTO DEL MUNDO QUE ENRIQUEZCA EL PENSAMIENTO Y LA PERCEPCIÓN SENSIBLE, ES DECIR, LA UNIDAD ESTÉTICA. EN ELLA TIENEN PARTICIPACIÓN LOS RECEPTORES Y LOS AUTORES DE RADIO, YA QUE AMBOS PARTICIPAN DEL PROCESO DE CONOCIMIENTO.

EL RADIOARTE TRATA SOBRE LOS HECHOS FUNDACIONALES DE LA HISTORIA DEL HOMBRE, Y TANTO SU AUTOR COMO SU RECEPTOR ESTÁN EN CONDICIONES DE DETERMINAR LOS ACONTECIMIENTOS DE MAYOR IMPORTANCIA.

ESTO INVOLUCRA LA POSIBILIDAD DE ABORDAR DIVERSAS TEMÁTICAS NO - SUSCRITAS A FORMULACIONES SOCIOLÓGICAS EN LAS CUALES LA LENGUA - SEA PORTADORA ÚNICA DEL MENSAJE. LA APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA HISTORIA DEL HOMBRE Y DE SU SOCIEDAD, OBJETO DE LA ACTI - TUD ESTÉTICA REFLEXIVA Y CRÍTICA, SE PRODUCE A PARTIR DE LA POIÉ - SIS RADIOFÓNICA. EL LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO DE LA RADIO RE QUIERE DE SU RECEPTOR LA CAPACIDAD DE REALIZAR LA DECODIFICACIÓN DEL MENSAJE PROPUESTO Y SU DISPOSICIÓN A PERCIBIR LA INTENCIÓN - ESTÉTICA DE LA ORGANIZACIÓN DE LOS SONIDOS.

EN CONJUNTO, EL RADIOARTE REPLANTEA LA CONCEPCIÓN TEÓRICA - DE LA RADIO Y DE SU ACTUAL PRÁCTICA. SU APLICACIÓN A LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN EN RADIO DEPENDE DE LAS POLÍTICAS DE LAS ESTACIO - NES CONCESIONARIAS Y PERMISIONARIAS, ASÍ COMO DE LOS OBJETIVOS - QUE SE HAN TRAZADO. PARA LAS PRIMERAS, CUYA SOLVENCIA ECONÓMICA - DEPENDE DE LA PUBLICIDAD, EL RADIOARTE DISTA DE SER UNA MERCAN - CÍA CON DEMANDA, ADEMÁS DE QUE NECESITA DE UNA ATENCIÓN E INTE - LECCIÓN QUE LA MÚSICA-MERCANCÍA NO EXIGE DEL AUDITORIO. DEBIDO A SU NOVEDAD EL RADIOARTE SE ENCUENTRA EN UNA FASE INICIAL DE DESA - RROLLO POR LO CUAL PUEDE CONSIDERÁRSELE EXPERIMENTAL, AUNQUE SUS TENTADO EN PREMISAS QUE LE PERMITEN AMPLIAR LOS ESTUDIOS SOBRE - COMUNICACIÓN. TAMBIÉN LOS RECEPTORES DEBEN SUPERAR SU FORMA DE - PERCEPCIÓN SONORA QUE LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS HAN CONDICIONADO - EN LOS GRADOS MÁS SIMPLES Y ESTEREOTIPADOS.

POR SU PARTE LAS ESTACIONES PERMISIONARIAS RESPONDEN A LOS - PROPÓSITOS DEL ESTADO PUES SU PRESUPUESTO FINANCIA LAS ACTIVIDA - DES DE LA EMISORA. EN ESTAS CIRCUNSTANCIAS POLÍTICAS Y ECONÓMI - CAS LA CONCEPCIÓN DEL ARTE Y DE LA CULTURA SE ADECUAN AL ORDEN - IDEOLÓGICO DEL GOBIERNO CORRESPONDIENTE -DADO EL CARÁCTER SEXE -

HAL DEL SISTEMA POLÍTICO MEXICANO- Y LA DIFUSIÓN DE AMBOS ASPECTOS CORRESPONDE A NORMAS ACEPTADAS ACRÍTICAMENTE. LA APLICABILIDAD DEL RADIOARTE EN DICHAS ESTACIONES PUEDE CONSIDERARSE MÁS --FACTIBLE, ESPECIALMENTE SI EXISTE POR PARTE DE LOS RESPONSABLES, LA CONCIENCIA DE RECONSIDERAR A LA RADIO COMO UNA FINALIDAD CA--PAZ DE CONSTRUIR UN ARTE RADIOFÓNICO A TRAVÉS DE LAS CATEGORÍAS--PROPUESTAS EN ESTE ESTUDIO.

LA REALIZACIÓN TÉCNICA DEL RADIOARTE ES POSIBLE Y SÓLO NECESITA RESPONDER A LOS PROBLEMAS DE SU LENGUAJE, COMO LAS DEMÁS ARTES LO HACEN CON EL SUYO. SUS PROBLEMAS SON ORGÁNICOS Y SE REFIEREN SOBRE COMO CONSTRUIR SU LENGUAJE METAFÓRICO-SIMBÓLICO PARA LOGRAR LA MÁXIMA INTENCIÓN ESTÉTICA, Y ELLO SE RELACIONA CON LA CAPACIDAD CONSTRUCTIVA DEL AUTOR, EN EL SENTIDO GRIEGO EXPRESADO --CON ANTERIORIDAD.

LOS ALCANCES DEL RADIOARTE SON DE ORDEN TEÓRICO EN CUANTO --AL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN, Y CATEGORÍAS COMO IDEOLOGÍA, RE--TROALIMENTACIÓN Y ENAJENACIÓN PUEDEN CONCEPTUARSE DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ESTÉTICA, OFRECIENDO RESULTADOS DIFERENTES A LOS --ACEPTADOS CON MAYOR FRECUENCIA. ADEMÁS, EL ACTO MISMO DE COMUNICAR ADQUIERE LA CUALIDAD ESTÉTICA-SENSIBLE, QUE EN LA PRÁCTICA Y TEORÍA SOBRE LA RADIO HABÍA SIDO DESDEÑADA Y MINIMIZADA.

BIBLIOGRAFIA

- ALTHUSSER, LOUIS, LA FILOSOFIA COMO ARMA DE LA REVOLUCION, CUADERNOS DE PASADO Y PRESENTE, MÉXICO, 1968, (11A. ED. 1981) 146 PP.
- ARNHEIM, RUDOLF, ESTETICA RADIOFONICA, GUSTAVO GILLY, BARCELONA, 1980, 171 PP.
- ARNHEIM, RUDOLF, PERCEPCION DEL ARTE, ED. BLUME, BARCELONA, 1982, 356 PP.
- BACHELARD, GASTÓN, LA FORMACION DEL ESPIRITU CIENTIFICO, SIGLO - XXI, MÉXICO, 1948 (10A ED. 1982) 302 PP.
- BAYER, RAYMOND, HISTORIA DE LA ESTETICA, FONDO DE CULTURA ECONOMICA, MÉXICO, 1984 (3A. REIMPR. DE LA 1A. ED. DE 1965) 476 PP.
- CURIEL, FERNANDO, LA ESCRITURA RADIOFONICA, UNAM, MÉXICO, 1981, - 167 PP.
- DELHUMEAU, ANTONIO, EL HOMBRE TEATRAL, PLAZA-JANÉS, MÉXICO, 1983, 181 PP.
- DORFLES, GUILLO, EL DEVENIR DE LAS ARTES, FONDO DE CULTURA ECONOMICA, MÉXICO, 1982, (1A. REIMPR. DE LA 2A. ED. 1977) 318 PP.
- ECO, UMBERTO, COMO HACER UNA TESIS, GEDISA, MÉXICO, 1982, (3A. ED. 1982) 267 PP.
- ENZENSBERGER, HANS MAGNUS, ELEMENTOS PARA UNA TEORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, CUADERNOS ANAGRAMA, BARCELONA, 1971, (4A. ED. -- 1984) 74 PP.
- ESTEINOU MADRID, JAVIER, LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CONSTRUCCION DE LA HEGEMONIA, NUEVA IMAGEN, MÉXICO, 1983, 223 PP.
- FERNÁNDEZ CHRISTIEB, FÁTIMA, LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION, EN REVISTA NUEVA POLÍTICA, MÉXICO, 1979, VOL. 1, No. 3
- FOUCAULT, MICHEL, LAS PALABRAS Y LAS COSAS, SIGLO XXI, MÉXICO, -

- 1968 (13A. ED. 1982) 375 PP.
- FREIRE, PAOLO, LA EDUCACION COMO PRACTICA DE LA LIBERTAD, SIGLO-XXI, MÉXICO, 1969 (25A ED. 1979) 151 PP.
- FREIRE, PAOLO, PEDAGOGIA DEL OPRIMIDO, SIGLO XXI, MÉXICO, 1970 - (25A. ED. 1980) 245 PP.
- FROMM, ERICH, PSICOANALISIS DE LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA, FONDO-DE CULTURA ECONÓMICA, MÉXICO, 1981 (12A. REIMPR. DE LA 1A. ED. - 1956) 308 PP.
- GODED, JAIME, LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, UNAM, MÉXICO, - 1976, 302 PP.
- GRAMSCI, ANTONIO, LA FORMACION DE LOS INTELLECTUALES, ED. GRIJALVO, MÉXICO, 1967, 159 PP.
- JÄHNIG, DIETER, HISTORIA DEL MUNDO, HISTORIA DEL ARTE, FONDO DE-CULTURA ECONÓMICA, COLEC. BREVARIOS No. 314, MÉXICO, 1982, 350 PP.
- KAPLUM, MARIO, PRODUCCION DE PROGRAMAS DE RADIO, CEPAL, QUITO, - 1978, 460 PP.
- LEY FEDERAL DE RARIO Y TELEVISIÓN, DIRECCION GENERAL DE PUBLICA-CIONES Y MEDIOS, SEP, MÉXICO, 1986, 79 PP. (P. 57-64).
- MATTELART, ARMAND, ET. AL., COMUNICACION MASIVA Y REVOLUCION SQ-CIALISTA, ED. DIÓGENES, MÉXICO, 1971, (3A. ED. 1976) 336 PP.
- MATTELART, ARMAND, LA CULTURA COMO EMPRESA MULTINACIONAL, SERIE-POPULAR ERA, MÉXICO, 1974, 190 PP.
- NIETZSCHE, FEDERICH, EL ORIGEN DE LA TRAGEDIA, AUSTRAL, MÉXICO, - 1943 (9A. ED. 1983) 143 PP.
- ORTEGA Y GASSET, JOSÉ, LA DESHUMANIZACION DEL ARTE, GUSTAVO GILLY, MADRID, 1980, 344 PP.
- PACKARD, VANCE, LAS FORMAS OCULTAS DE LA PROPAGANDA, ED. SUDAME-RICANA, MÉXICO, 1959 (7A. ED. 1981) 215 PP.

PABLO
ED. E
REGLAM.
GENERAL
65-72)
SÁNCHEZ
DEL ART
492 PP
TAUFIC
MÉXICO

E URBINA
AF, D

DICCIONARIO

ANOL,

ED 1982) 711

TE

DIRECCION

, 79 PP. (P.

ANTOLO
1982 (2a

TETICA Y TEORIA-
. ED DE 1972)

DISMO

VA IMAGEN,-

