

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

La dimensión sonora de la ciudad a partir de la pasada del vendedor de Chegadinho.

Thaís Amorim Aragão.

Cita:

Thaís Amorim Aragão (2009). *La dimensión sonora de la ciudad a partir de la pasada del vendedor de Chegadinho*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/119>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

La dimensión sonora de la ciudad a partir de la pasada del vendedor de *Chegadinho*

Thaís Amorim Aragão

Estudiante de maestría del Programa de Pós Graduação em Planejamento Urbano e Regional PROPUR/UFRGS
thaisaaragao@gmail.com

Introducción

De vuelta en la ciudad de Fortaleza, después de una larga ausencia, volví a escuchar, talvez con más atención que anteriormente, un sonido que desde pequeña recuerdo venir de la calle en donde vivíamos. Emergiendo de una masa difusa formada por incontables sonidos, como banda sonora de las tramas que se desenvuelve en un escenario urbano, comencé a distinguir un tilintear continuo que sonaba extremadamente familiar. Era el vendedor de *chegadinho* que se aproximaba.

Chegadinho es una golosina que se asemeja a la masa del cucurucho. Posee la forma de un pétalo y es tan fina que se deshace en la boca. Sus porciones son vendidas por ambulantes que los levantan en tambores cilíndricos, sujetos a sus espaldas. Recorriendo barrios residenciales, ellos llaman la atención de los potenciales clientes tocando un triángulo, instrumento musical de percusión muy usado en la formación de los grupos de música popular de la región Noreste de Brasil, marcando ritmos típicos como *baião* y *xote*. El vendedor de *chegadinho* se mostró, en aquel momento, un importante dato cultural, motivando el presente análisis de este recorte del paisaje sonoro de Fortaleza.

Paisaje sonoro es "cualquier campo de estudio acústico", consistiendo en "eventos oídos, y no objetos vistos" (SCHAFER, 2001, p.23-24). Esta es la definición dada por el músico e investigador canadiense R. Murray Schafer al concepto que el mismo formuló en la década de 1970, durante sus investigaciones sobre la relación entre los hombres y los sonidos de su ambiente. Partiendo de ésta abordaje, el presente trabajo viene a evaluar la individualidad y preponderancia del evento sonoro, como sugiere Schafer, bien como clasificarlo a partir de un sistema propuesto por el investigador.

En primer lugar, es importante destacar que los vendedores de *chegadinbo* recorren diariamente diversos barrios de Fortaleza, una gran extensión de la ciudad, que hoy alberga a más de dos millones de habitantes. En días de partido, estos vendedores se hacen presente inclusive en los estadios de fútbol. Apenas en una calle, en el trecho de una cuadra, registré el pasar de por lo menos tres vendedores diferentes, en horarios y días distintos, y me enfrente con una rigurosa regularidad en sus trayectos, lo que nunca antes había observado debido a que esos sonidos eran parte, en mi percepción, de un campo de escucha periférica.

Para Schafer, los eventos sonoros pueden ser clasificados en: "sonidos fundamentales", "señales" y "marcas sonoras". El sonido fundamental es "el ancla o sonido básico", en referencia al cual todo asume su significado. En un paisaje sonoro, el sonido fundamental ni siquiera llega a ser oído conscientemente, siendo hábito auditivo. Trayendo, a fines comparativos los conceptos de figura e fondo de la teoría de la Gestalt, los sonidos fundamentales serían los "sonidos de fondo" de un paisaje sonoro. Ellos son capaces de "una influencia profunda en nuestro comportamiento y estados del espíritu", pudiendo "afectar el comportamiento y el estilo de vida de una sociedad" (SCHAFER, 2001, p.26).

Señales son los sonidos destacados, oídos conscientemente, caracterizándose más como figuras que como fondo. Orientados para la comunidad, "precisan ser oídos porque son recursos de avisos acústicos: campanas, pitos, bocinas y sirenas". Marca sonora "se refiere a un sonido de la comunidad que sea único o que posea determinadas cualidades que lo hagan especialmente significativo o notado por las personas de aquel lugar", tornando "única la vida acústica de la comunidad" (SCHAFER, 2001, p. 26-27).

El vendedor de *chegadinbo* es productor de un sonido que se incorpora al sonido fundamental de la ciudad. En determinado momento, no obstante, el tilintear de su triángulo se destaca de este torbellino sonoro, dejando de ser sonido fundamental y tornándose una señal. Este momento se da cuando llega a los oídos de un observador atento. Pero no basta que el oyente tenga consciencia de escuchar un triángulo a la distancia. Es preciso también que detenga el código

a través del cual es capaz de interpretar que aquel sonido significa la venta de *chegadinho*, y eso es aprendido en el intercambio de conocimientos que la vida en aquella comunidad promueve.

Perteneciente a la escuela canadiense de Schafer, Barry Truax trae la noción de “contexto” y propone un análisis de los fenómenos acústicos sobre el carácter comunicativo.

Los sonidos no solo reflejan el completo contexto social y geográfico de una comunidad, como también refuerzan su identidad y cohesión. A veces ellos son un frecuente, casi subconsciente recordatorio de un contexto, y otras veces proporcionan una ocasión singular que refleja la individualidad de una comunidad. (TRUAX, 2001, p.12)

La comunidad acústica va a ser definida por Truax como “cualquier paisaje sonoro en cual la información acústica tiene un papel preponderante en la vida de sus habitantes” (TRUAX, 2001, p.66). Es fundamental la importancia de las señales sonoras en la delimitación de esta comunidad, considerando que son los sonidos más altos oídos y que ésta escucha es compartida. No solo son indicadores de tiempo, de acontecimientos y de instituciones, como también demuestran formas particulares que comunidades e individuos tienen para relacionarse.

Mientras tanto, prácticamente en todas las sociedades contemporáneas, el hombre que vive en la ciudad tiene abreviada su habilidad para oír a la distancia, pues “las señales acústicas individuales son obscurecidas en una población de sonidos superdensa” (SCHAFER, 2001, p.71). A partir da Revolución Industrial, muchos ambientes dejaron de tener paisajes sonoros de alta fidelidad (*hi-fi*) y se tornaron ambientes de baja fidelidad (*lo-fi*).

El paisaje sonoro *hi-fi* (...) es aquel en que los sonidos separados pueden ser claramente oídos en razón del bajo nivel de ruido ambiental. En general, el campo es más *hi-fi* que la ciudad, la noche más que el día, los tiempos antiguos más que los modernos. En el paisaje sonoro *hi-fi*, los sonidos se superponen menos frecuentemente; hay perspectiva – figura y fondo. (SCHAFER, 2001, p.71)

En un ambiente *lo-fi*, como el de las grandes ciudades, las señales sonoras pueden tener su fuerza comunicativa y de cohesión social debilitada y, para Traux, eso llevaría a sentimientos de que se está apartado o separado del ambiente. En esos ambientes, él considera que “la atención de la persona está dirigida para dentro”, que “la interacción con los otros es desalentada por el esfuerzo necesario para ‘liberarse’”, y que “solo las señales sonoras más poderosas consiguen sobreponerse al ruido” (TRUAX, 2001, p. 23 e 70).

En tanto evento oído, el pasar del vendedor de *chegadinbo* por las calles de Fortaleza es un factor más de intercambio de información que se establece en aquel contexto, un elemento enriquecedor del paisaje sonoro, una invitación a la participación. Su existencia estimula situaciones de interacción con el ambiente y delimita la ciudad como comunidad acústica. Como señal sonora, consigue superar las condiciones adversas de un ambiente acústico *lo-fi* y sobreponerse de forma audible, comprensible y relevante. Se trata de un sonido centrípeto, que tiene el poder de llamar personas, reunir las en torno de sí, y, como tal, “su poder psicológico es un refuerzo positivo de la comunidad” (TRUAX, 2001, p. 69).

Los sistemas de comunicación acústica

Solo fue posible percibir, de una forma no antes experimentada, el sonido del vendedor de *chegadinbo* en función de dos situaciones. La primera es que yo había salido de una rutina agitada, lo que me permitió estar en casa todas las tardes, absorbida en la lectura. La segunda es que, cuando pasaba por mi calle, el vendedor de *chegadinbo* eventualmente emitía un tilintear de altura y timbre diferentes, que con el pasar de los días, fue capturando mi atención. Un único toque se diferenciaba de la base rítmica que se repetía. Sin conseguir identificar como el producía este sonido diferenciado – reproducido algunos días y otros no, pero que surgía siempre en el mismo punto del trayecto – decidí dirigirme a la ventana cada vez que los primeros ecos del triángulo surgían en el paisaje sonoro, a fin de enfocar mi escucha exclusivamente en el vendedor de *chegadinbo* – y, en este caso, también la visión.

Descubrí que aquel vendedor de *chegadinbo* tiene la habitual predilección de percutir la baqueta de su triángulo contra un poste de hierro de una placa de tránsito, erguida en la vereda apenas algunos metros antes de la esquina donde él siempre dobla, dejando a cuadra. Este

comportamiento produce un sonido de timbres también metálicos, pero que libera otras frecuencias, otros armónicos, otras peculiaridades.

No todos los días este vendedor de *chegadinho* golpea el poste. Hay días en que la presencia de un transeúnte parece intimidarlo. Si deseara percutir el poste, tal vez llamase mucho de atención, dislocaría su centro de equilibrio, desaceleraría o perdería su paso, desviaría su ruta, al menos unos centímetros.

Inclusive cuando está sólo en toda la extensión de la cuadra, hay días en los que el vendedor de *chegadinho* tampoco golpea el poste. Algunas veces se encuentra ajeno y distraído. Parece que ni siquiera da cuenta de la presencia del poste en su camino. Otras veces, parece que es más musical, tiene que ver con ritmo. El vendedor observa el poste a cierta distancia. En tanto se aproxima, parece evaluar cual es el momento ideal de batir en la base de la placa, trayendo para su práctica cadenciada un elemento “sorpresa”, que el capta directamente del ambiente.

Puede ser que no siempre el momento en el que alcanza la posición ideal para efectuar este toque externo, sea el momento en que el toque, entendido como figura musical, se encaja harmónicamente en la célula rítmica que el, ahora, vendedor-tocador viene ejecutando. Aparentemente, cuando concluye eso, el por fin “ignora” la placa, a veces mirando furtivamente para el otro lado en el instante en que cruza el poste, como si, fijando su atención en otro punto, fuese más fácil aplacar la tentación de ejecutar ese sonido – que podría ser comprendido como un punto clímax en esta partitura imaginaria, metáfora para de su jornada de trabajo.

Ese toque en la placa de tránsito sería como una improvisación, un gesto creador que surge en un momento específico, fruto de un estímulo del ambiente que el vendedor de *chegadinho* recorre. El azahar determina en parte la composición. No obstante azahar e improvisación no se sobreponen a la regularidad del trabajo, el vendedor de *chegadinho* deja, por donde pasa, una marca de que percibe sensiblemente su entorno, que puede controlarlo en determinados niveles y hacer uso de él, inclusive de forma sofisticada, con función estética. Este vendedor de *chegadinho* persiste como sujeto y hace del paisaje sonoro un medio para así afirmarse.

Oyendo la música das calles

Es poco probable que haya sido intención del vendedor de *chegadinho* expresar esta autoafirmación a otros que no a si mismo. Mas, he ahí que, inadvertidamente, en su camino había un “oído pensante”, en las palabras de Schafer. Eso nos lleva a otra cuestión: es posible oír música a partir de los sonidos de la calle?

Fátima Carneiro dos Santos apunta lo que llama de una “escucha nómada”, relacionada a la idea de “música nómada” y “música fluctuante”, desenvueltas por autores como Daniel Charles y Mireille Buydens, a partir de la filosofía deleuziana (SANTOS, 2002, p.22).

La escucha como constructora y ya no como receptora de una música dada *a priori*. Tales nociones acaban desterritorializando la música de aquel territorio que ya le era punto pasivo. Y es así que, al sacar la música de su territorio, hasta entonces claramente demarcado por la tradición, no solo el ruido, el silencio y los paisajes se tornan música, como también la música pasa a ser aquella música del silencio, del ruido y de los paisajes. (SANTOS, 2002, p. 97)

Así, el oyente se convierte en compositor, orquestador de los sonidos del ambiente, capaz de realizar selecciones y producir su propio sentido a partir de un repertorio sonoro absolutamente amplio, que hoy se legitima otra vez como fuente para la creación.

El proceso de marginalización de los sonidos ambientales llevo muchos siglos y está en la esencia del conflicto sobre el cual José Miguel Wisnik discurre en su texto Antropología del ruido. Para Wisnik, “la lucha entre el carnaval (que entroniza en el calendario cristiano aquellos ritos paganos que liberan el ruido y la corporalidad) y la cuaresma (con su sonido silencioso e ascético)” (WISNIK, 2006, p.41). Para Jacques Attali, la música, como organización del ruido, sería la propia metáfora de que la vida en sociedad es posible. Por lo tanto, si “su orden simula el orden social”, “su disonancia expresa marginalidades” (ATTALI, 1996, p.29).

Al inicio del siglo XIX, en lo que respecta a la música erudita – como un noble hábito de las cortes – daba *status* a la emergente clase burguesa. Mientras que espacios cerrados como el *cabaret* y el *café concert* se establecían como modelo comercial de casas de espectáculos para la música popular; los cantores de la calle y músicos aficionados que se presentaban en los espacios públicos, fuera de las salas de concierto, eran reprimidos por la policía, y la legislación de muchas ciudades europeas prohibía que los mercaderes de la calle hiciesen ruido tocando alto sus instrumentos o gritando sus reclamos.

Solo en el siglo XX nuevas rupturas estéticas acontecen en el código musical, y una de ella es la readmisión, en la música erudita, de sonidos ambientales como elemento deseado. En 1913, Luigi Russolo lanzo el manifiesto futurista “El arte de los ruidos”, proclamando que el ruido tiene

el “poder de remitirnos inmediatamente a la vida” y es capaz de “jamás revelarse enteramente a nuestros oídos, reservándonos innumerables sorpresas” (apud SANTOS, 2002, p.48). En la misma década Erik Satie compone *Parade*, “un concierto para máquina de escribir, sirena y tiros, con jazz y orquesta”, como describe Augusto Campos (apud SANTOS, 2002, p.45).

Su *Música de Mobiliario* fue concebida para ser tocada en el intervalo de un espectáculo, con la intención de que el sonido de las personas conversando, de los pasos en el piso y de el rechinar de las sillas y puertas formen parte de la pieza. No obstante, Satie se frustró cuando el público se silenció para oír. La audiencia se había acostumbrado a callar, oír y aplaudir la música, mas ya no a participar de ella, así como había perdido parte de la capacidad de ella misma manipular y dar sentido musical a los sonidos de su entorno.

Attali compara la música en la representación (correspondiente al capitalismo primitivo) a un plato en el menú, en cuanto a la música en estadio de repetición (relativo al consumo de masas) sería como un alimento enlatado en un estante. No obstante esto también haya permitido el acceso de personas comunes a músicas antes inaccesibles, dislocándolas en el espacio y en el tiempo, el modelo masificado también hizo instaurarse “un monólogo de organizaciones distribuyendo discursos normatizados” (ATTALI, 1996, p.88), neutralizando y padronizando comportamientos.

Sin embargo, Attali apunta no exactamente hacia la emergencia de una nueva música, sino de *una nueva forma de hacer música*, caracterizando un nuevo estadio que el autor llama de composición. En este estadio, basado en la tolerancia y en la autonomía, “el oyente es el operador” y la música es un proceso relacional con el mundo, un acto libre de auto-transcendencia y de creación de un sentido propio, en que se busca el placer de ser, distinto del placer de tener.

John Cage es referencia común a los trabajos de Attali y de Santos. La acción del músico fue fundamental para consolidar los conceptos de: acaso como elemento compositivo, de composición como proceso y de no-intencionalidad como aproximación entre arte y vida. En una de sus obras más notorias, el permanece “inmóvil al piano por cuatro minutos y treinta y tres segundos, dejando que la platea se impacienta y haga barullo, (...) devolviendo el derecho de hablar a personas que no lo quieren” (ATTALI, 1996, p.136).

Esta tendencia compositiva no solo abre las puertas de la música a los sonidos del ambiente y apunta para la renuncia del compositor al deseo de controlar el sonido, sino que también lleva al espectador a asumir el papel de artista. Las obras no son “objetos en el tiempo”, sino “actos”, y la composición se torna “una acción en un campo de posibilidades” (TERRA, 1999, pp.56-57, apud SANTOS, 2002, p.84), en que se resalta “el carácter no-permanente de la experiencia”. Lo que

Santos propone es una escucha que, en si misma, podría ser un gesto poiético. La poiética ahí es entendida “como una ciencia o como una filosofía de la creación”, cuyo objeto es la “conducta criadora”, “no teniendo nada que ver con sentimientos culturalmente pre-condicionados” (SANTOS, 2002, p.96).

Al hacer resonar el poste que encuentra en su camino, el vendedor de *chegadinho* transfiere energía para el ambiente, disloca el sonido y, solo, deja de vibrar. Así, deja su pasaje inscripta en aquel punto, no obstante esta marca sea como hacer una raya en el agua, que va a ser perceptible solo por un breve momento, antes de desaparecer sin dejar rastros. El no solo es autor de una señal sonora que ayuda a definir a la comunidad acústica de la cual es parte, como también es compositor en la concepción cageana.

En los moldes de Cage, la composición es un proceso colectivo. Y de el también participo yo, como investigadora, construyendo y expresando en el presente trabajo nuevos sentidos a partir de este evento oído, tomado como experiencia estética y social. El acaso se establece como elemento fundamental en esta composición, desde que solo un toque diferenciado y aleatorio fue capaz de provocar sobresalto en la normalidad del paisaje sonoro, a punto de tornarse audible para otro oyente, movilizado a partir del desenvolvimiento de una serie de eventos no previstos.

Así, la posibilidad de que el poste sea golpeado o no por el vendedor de *chegadinho*, pasó a guiar diariamente mi escucha alrededor de las 15 horas – menos los lunes, cuando el descansa, o cuando no estoy disponible. Este sonido tiene ahora, para mí, un sentido especial, del mismo modo como lo tiene para el vendedor-tocador, aunque por motivos diferentes. Y esta es la belleza de esta composición, que es parte de un conjunto de músicas de las calles de la ciudad.

Como fue relatado, hay indicios fuertes de que el sonido de los vendedores de *chegadinho* tenga también un sentido especial para la población de Fortaleza, tornando única la vida en esta comunidad acústica, siendo entonces, en su elevación a la condición de marca sonora, una cuestión pasible de ser abordada en estudios específicos en el futuro.

Bibliografia

- ATTALI, Jacques (1996). *Noise – The Political Economy of Music*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- SANTOS, Fátima Carneiro dos (2002). *Por uma Escuta Nômade: A Música dos Sons da Rua*. São Paulo, EDUC.
- SCHAFER, R. Murray (2001). *A Afinação do Mundo*. São Paulo, Editora Unesp.
- TRUAX, Barry (2001). *Acoustic Communication*. 2nd ed. Westport, Ablex Publishing.
- WISNIK, José Miguel (2006). *O Som e o Sentido – Uma outra história das músicas*. São Paulo, Companhia das Letras.