

Volumen 12, Número 2 / Julio-diciembre 2019

ISSN: 1856-9536

Doi de la revista: <http://dx.doi.org/10.12804/disertaciones>

Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social

DISERTACIONES

**El papel del sonido en la
comunicación: contribución,
funciones y efectos**

Universidad del Rosario de Colombia

Universidad de los Andes de Venezuela

Universidad Complutense de Madrid de España



DISERTACIONES

El papel del sonido en la comunicación: contribución, funciones y efectos

ISSN: 1856-9536

Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/12.2.2019>

Volumen 12, Número 2 / Julio-diciembre 2019

Versión PDF para imprimir desde

<http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones>



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
MADRID



UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES
VENEZUELA



Universidad del
Rosario

Editores (Editors in chief)

Carlos Arcila Calderón, Universidad de Salamanca, España

José Luis Piñuel Raigada, Universidad Complutense de Madrid,
España

Leandro Peñaranda, Universidad del Rosario, Colombia

Editor Adjunto (Assistant Editor)

Eduar Barbosa Caro, Universidad del Rosario, Colombia

Editores invitados

Juliana Colussi Ribeiro, Universidad del Rosario, Colombia

Alejandro Barranquero C., Universidad Carlos III de Madrid

Eva González Tanco, Universidad del Cauca

Editor de reseñas

Francisco Cabezuelo Lorenzo, Universidad Complutense
de Madrid, España

Editores, Coordinación de Publicaciones Periódicas

Tatiana Morales Perdomo, Editorial Universidad del Rosario

Corrección de estilo

Lina Morales

Diagramación

Fredy Johan Espitia Ballesteros

Consejo Editorial (Editorial Board)

1. José Abdelnour Nocera, University of West London, Reino Unido
2. Alberto Ardèvol-Abreu, Universidad de La Laguna, España
3. Daniel Barredo Ibáñez, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador
4. Desiderio Blanco, Universidad de Lima, Perú
5. Francisco Cabezuelo Lorenzo, Universidad San Pablo CEU de Madrid, España
6. María Dolores Cáceres Zapatero, Universidad Complutense de Madrid, España
7. Mabel Calderín Cruz, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela
8. Carolina Campalans, Universidad del Rosario, Colombia
9. João Canavilhas, Universidade de Beira Interior, Portugal
10. Andrés Cañizález, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela

11. Anabela Carvalho, Universidade do Minho, Portugal
12. Cosette Castro, Universidad de Brasília, Brasil
13. Carlos del Valle Rojas, Universidad de La Frontera, Chile
14. Philippe Dumas, Université de Toulon, Francia
15. Argelia Ferrer, Universidad de los Andes, Venezuela
16. Heidi Figueroa Sarriera, Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Recinto de Río Piedras, Universidad de Puerto Rico, Puerto Rico
17. Juan Antonio Gaitán Moya, Universidad Complutense de Madrid, España
18. Gino Gramaccia, Universidad de Bordeaux 1, Francia
19. Carlos Guzmán, Universidad Central de Venezuela, Venezuela
20. Heloiza Herscovitz, California State University - Long Beach, Estados Unidos
21. Juan José Igartúa Perosanz, Universidad de Salamanca, España
22. Gabriel Kaplún, Universidad de la República, Uruguay
23. Margarida Krohling Kunsch, Universidade de São Paulo, Brasil
24. Virginia Linares Rodríguez, Universidad Complutense de Madrid, España
25. David López Jiménez, GITEC, Universidad de Huelva, España
26. José Carlos Lozano, Universidad Internacional de Texas A&M, Estados Unidos
27. Jairo Lugo-Ocando, University of Sheffield, Reino Unido
28. Paolo Mancini, Università degli Studi di Perugia, Italia
29. José Manuel de Pablos, Universidad de La Laguna, España
30. Moisés Martins, Universidad do Minho, Portugal
31. Carlos Muñiz Muriel, Universidad Autónoma de Nuevo León, México
32. Isaac Nahon-Serfaty, University of Ottawa, Canadá
33. Raúl Navarro Fuentes, Universidad Jesuita de Guadalajara, México
34. Fernando Oliveira Paulino, Universidad de Brasília, Brasil
35. Martín Oller Alonso, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador, Suiza)
36. Guillermo Orozco, Universidad de Guadalajara, México



DISERTACIONES

El papel del sonido en la comunicación: contribución, funciones y efectos

ISSN: 1856-9536

Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/12.2.2019>

Volumen 12, Número 2 / Julio-diciembre 2019

Versión PDF para imprimir desde

<http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones>

37. Ángel Páez, Universidad del Zulia, Venezuela
38. James Painter, University of Oxford, Reino Unido
39. María Pérez Yglesias, Universidad de Costa Rica, Costa Rica
40. Denis Porto Reno, Universidad Estatal Paulista, Brasil
41. Giuseppe Richeri, Università della Svizzera italiana, Suiza
42. Hernando Rojas, University of Wisconsin Madison, Estados Unidos
43. José A. Ruiz San Román, Universidad Complutense de Madrid, España
44. Fernando Ruiz, Universidad Austral, Argentina
45. Sandra Lucía Ruiz Moreno, Universidad Panamericana, Colombia
46. Hilda María Saladrigas Media, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba
47. Pablo Schleifer, Universidad del Comahue, Argentina
48. Philip Schlesinger, University of Glasgow, Reino Unido
49. Gaëtan Tremblay, Universidad de Quebec, Canadá
50. Thomas Tufte, Roskilde University, Dinamarca
51. Raisa Urribarri, Universidad de los Andes, Venezuela
52. Beatrice Vacher, École Nationale Supérieure des Mines d'Albi Carmaux, Francia
53. Sebastián Valenzuela, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile
54. María Immacolata Vassallo de Lopes, Universidade de São Paulo, Brasil
55. Eduardo Villanueva Mansilla, Pontificia Universidad Católica de Perú, Perú
56. Silvio Waisbord, George Washington University, Estados Unidos
57. Lyudmyla Yezers'ka, Universidad de Piura, Perú

Histórico de editores invitados (Guest editors)

EDITOR VOL. 1, N.º 1

Carlos Arcila Calderón, Universidad de Salamanca, España

EDITORA VOL. 2, N.º 1

Raisa Urribarri, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITORA VOL. 2, N.º 2

Claudia Cavallin, Universidad Simón Bolívar, Venezuela

EDITORES VOL. 3, N.º 1

Otto Rosales Cárdenas, Universidad de los Andes (ULA), Venezuela

Fania Castillo, Universidad de los Andes (ULA), Venezuela

EDITORA VOL. 3, N.º 2

Argelia Ferrer, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITORAS VOL. 4, N.º 1

Raquel Álvarez de Flores, CEFI - Universidad de los Andes, Venezuela

Marlene Otero, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITOR VOL. 4, N.º 2

Elías Said, Universidad del Norte, Colombia

EDITORA VOL. 5, N.º 1

Raisa Urribarri, Universidad de los Andes, Venezuela

EDITORES VOL. 5, N.º 2

Virginia Linares Rodríguez, Universidad Complutense de Madrid, España

José A. Ruiz San Román, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITOR VOL. 6, N.º 1

José Luis Piñuel Raigada, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITORES VOL. 6, N.º 2

Acianela Montes de Oca, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela

Carlos Arcila Calderón, Universidad Rey Juan Carlos, España

EDITOR VOL. 7, N.º 1

Carlos Muñiz Muriel, Universidad Autónoma de Nuevo León, México

EDITORES VOL. 7, N.º 2

María Dolores Cáceres Zapatero, Universidad Complutense de Madrid, España

Juan Antonio Gaitán Moya, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITOR VOL. 8, N.º 1

Daniel Barredo Ibáñez, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

EDITOR VOL. 8, N.º 2

Andrés Scherman Teitelboim, Universidad Diego Portales, Chile

EDITORA VOL. 9, N.º 1

María Luisa Humanes, Universidad Rey Juan Carlos, España

EDITORES VOL. 9, N.º 2

Manuel Martínez Nicolás, Universidad Rey Juan Carlos, España

Miguel Vicente Mariño, Universidad de Valladolid, España

EDITORA VOL. 10, N.º 1

Eloísa Nos Aldás, Universitat Jaume I/Iudesp-UIJ, España

EDITORES VOL. 10, N.º 2

Carlos Lozano Ascencio, Universidad Rey Juan Carlos, España

Márcia Franz Amaral, Universidad Federal de Santa María, Brasil

EDITORA VOL. 11, N.º 1

María T. Soto-Sanfiel, Universitat Autònoma de Barcelona, España

EDITORES VOL. 11, N.º 2

Alejandro Barranquero Carretero, Universidad Carlos III de Madrid, España

Eva González Tanco, Universidad del Cauca, Colombia

EDITORA VOL. 12, N.º 1

Juliana Colussi Ribeiro, Universidad del Rosario, Colombia

EDITORA VOL. 12, N.º 2

Emma Roder, Universitat Pompeu Fabra, España



TABLA DE CONTENIDOS

EDITORIAL

Editorial	5
<i>Emma Rodero</i>	

ENSAYOS

El arco de la investigación científica actual de los mundos sonoros en comunicación: del silencio al grito	9
<i>Virginia Guarinos</i>	

Experiencias, retos y propuestas para crear una cultura sonora en los jóvenes digitales	20
<i>Luis Miguel Pedrero Esteban</i>	
<i>Aurora Pérez-Maíllo</i>	
<i>Chelo Sánchez Serrano</i>	

ESTUDIOS

Radio escolar: estudio evaluativo de una experiencia intergeneracional	32
<i>Lucía Abarrategui Amado</i>	

Las radios universitarias de México y sus estrategias para comunicar la ciencia en Internet	50
<i>Marina Vázquez Guerrero</i>	

Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de podcast del grupo Prisa en España	65
<i>Paloma López Villafranca</i>	

¿De quién es esa voz? Evolución de su presencia y uso por tipo de personaje en la publicidad radiofónica (2009-2016)	79
<i>Salvador Perelló Oliver</i>	
<i>Clara Muela Molina</i>	

La música en la publicidad que atrae a los jóvenes	97
<i>Juana Rubio-Romero</i>	
<i>Marta Perlado-Lamo de Espinosa</i>	
<i>Mar Ramos-Rodríguez</i>	

Sonic Logos: An Experimental Design on Sound Features and Brand Personality	125
<i>Lluís Mas</i>	

Los efectos sonoros en las series radiofónicas: el caso de la serie policiaca <i>Taxi Key</i>	142
<i>Elisa Arias García</i>	

Sound Effects and the Morphing Façade: Emotion in Sound of Projection Mapping	166
<i>Roger Pastó Cortina</i>	

La voz de Dios: características en el cine de Hollywood	179
<i>Berenice Ponce Capdeville</i>	
<i>Virginia Medina Ávila</i>	

Cine para los oídos. Un estudio de caso: análisis de la propuesta sonora de la película <i>Babel</i>	197
<i>Camilo Pardo Siabato</i>	

AVANCES

Twitter en tiempos electorales. Una revisión de #ColombiaDecide	216
<i>Ysabel Briceño Romero</i>	
<i>Liliana Calderón-Benavides</i>	
<i>Johana Andrea Manrique</i>	
<i>Camila Gélvez Salazar</i>	

RESEÑA

Diplomacia corporativa, la nueva inteligencia colectiva	237
<i>Francisco Cabezuelo-Lorenzo</i>	

NORMAS

Normas para autores/as	240
------------------------	-----



EDITORIAL

El sonido es casi siempre el gran olvidado en la investigación sobre comunicación. A pesar de que algunos estudios ponen en evidencia su relevancia y de que el propio sentido común nos dice que tiene un alto poder de influencia en nuestro día a día, el sonido casi siempre queda relegado a un segundo plano. Al contrario de lo que ocurre con la imagen y su medio estrella, la televisión, la investigación sobre el sonido es menos numerosa y suscita, en general, menos interés. Esto se debe quizás a que la percepción del sonido no es tan consciente como pueda ser la de la imagen; es decir que las personas son poco conscientes de la influencia del sonido en su día a día sencillamente porque pasa desapercibido. Sin embargo, el sonido no solo es necesario en nuestra vida cotidiana para vivir y relacionarnos, sino que forma parte de la misma esencia de la comunicación y puede llegar a alcanzar un alto nivel expresivo y emocional. Esta característica es la que se está poniendo de manifiesto en nuestros días con el auge de los formatos sonoros. Vivimos una época de esplendor del sonido y la voz. Las nuevas tecnologías y las redes sociales vuelven a destacar la fuerza de la oralidad utilizando mensajes sonoros como, por ejemplo, a través de los altavoces inteligentes. El *podcast* y los audiolibros están experimentando también un crecimiento importante. En este sentido, el mundo digital ha descubierto nuevas formas expresivas de utilizar el sonido que merece la pena explorar, especialmente cuando es empleado en nuevos formatos. Por lo tanto, es un buen momento para dedicar un monográfico de la revista *Disertaciones* al papel del sonido en la comunicación con el objetivo de poner de manifiesto su contribución, funciones y efectos en sentido amplio y en todo tipo de medios.

Este número está dividido en dos partes diferenciadas: una primera parte de contenidos genéricos del sonido y la comunicación, principalmente centrada en la radio como medio por excelencia del sonido; y una segunda parte de estudios sobre aspectos más específicos del sonido, como son los elementos del lenguaje sonoro o el sonido en el cine.

La primera parte la conforma un conjunto de artículos que abordan temáticas más generales, como la investigación científica del sonido, iniciativas dedicadas a fomentar la cultura radiofónica entre niños y adolescentes, la radio como herramienta de diálogo intergeneracional niños-mayores y las radios universitarias de México y la incorporación de nuevas tecnologías.

En primer lugar, para conocer el estado de la investigación científica del sonido en la comunicación, el monográfico se abre con un ensayo de Virginia Guarinos titulado “El arco de la investigación científica actual de los mundos sonoros en comunicación: del silencio al grito”. Este ensayo nos introduce en la temática y efectúa un recorrido por la situación actual de los estudios realizados sobre sonido y comunicación, pero también nos presenta los



resultados de un análisis cuantitativo sobre las investigaciones hechas en radio. Como antes decíamos, en cantidad absoluta no son muchas, sobre todo comparándolas con otras áreas de estudio, pero aun así se observa una tendencia creciente, además de una ampliación de temas relacionados con la tecnología o los nuevos formatos y modelos de negocio. Pero si hay un ámbito donde se hace necesario trabajar más a fondo es el de los niños y los jóvenes, tradicionalmente olvidados por la radio. Hoy en día, las nuevas tecnologías han propiciado que los jóvenes vivan literalmente pegados a unos auriculares. Por lo tanto, es un momento clave para elaborar atractivos contenidos sonoros que susciten su interés. A este aspecto se dedica el siguiente ensayo del monográfico denominado “Experiencias, retos y propuestas para crear una cultura en los jóvenes digitales” de Luis Miguel Pedrero, Aurora Pérez Maíllo y Chelo Sánchez. Los autores describen algunas experiencias sonoras y radiofónicas con niños y jóvenes con el objetivo de acercar los formatos sonoros a este público. Estas prácticas formativas resultan muy necesarias para crear una cultura sonora y radiofónica entre niños y jóvenes, además de que han demostrado ser efectivas. Cuando se les enseña a comprender el sonido y sus posibilidades comunicativas, se produce un creciente interés hacia los formatos sonoros. Ellos son la audiencia del futuro, así que todas estas iniciativas que los autores nos explican en este ensayo son de enorme valor si queremos tener oyentes en unos cuantos años. Igual que los niños y jóvenes, la radio también ha olvidado a otro colectivo importante, los más mayores. El sonido, bien empleado en un mensaje sonoro, posee muchos beneficios tanto creativos como en forma de adquisición de competencias comunicativas en diversos sectores de la población. La radio ha mostrado ser un medio muy efectivo en la alfabetización sonora y mediática, y, además, puede ayudar a promover el diálogo intergeneracional. Esto es lo que nos demuestra el siguiente estudio del monográfico intitulado “Radio escolar: estudio evaluativo de una experiencia intergeneracional” de Lucía Abarrategui. La autora lleva a cabo una interesante investigación donde integra radio, personas mayores y niños en un programa intergeneracional desarrollado en un colegio. El programa consistió en la realización de un *podcast* sobre patrimonio cultural inmaterial donde niños y mayores trabajaron de forma cooperativa e igualitaria. Los resultados fueron muy positivos y, entre otras muchas ventajas, consiguieron mejorar la participación social dando voz a los más mayores. Además, la radio fue una herramienta muy útil para favorecer el diálogo intergeneracional. Precisamente a los jóvenes oyentes también se dedica el siguiente estudio del monográfico. La propuesta viene de la mano de Marina Vázquez y se titula “Las radios universitarias de México y sus estrategias para comunicar la ciencia en internet”. Se trata de un estudio de las estrategias que las radios universitarias de México emplean para comunicarse con los oyentes, centrado en el uso de las nuevas tecnologías. Los resultados indican que aún hay margen de mejora, como corresponde a una época de transformación tecnológica. Todavía quedan muchas emisoras que necesitan hacer un mayor uso de las nuevas tecnologías, no solo de las redes sociales, sino también del *podcast*. Justamente el *podcast* es el formato que abre la segunda parte del monográfico, dedicada a aspectos más específicos del sonido como son los elementos del lenguaje sonoro y del sonido en el cine.

En primer término, nos adentramos en esta segunda parte con un estudio sobre la ficción sonora llamado “Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de *podcast* del Grupo Prisa en España” de Paloma López. El estudio de esta autora pone en relevancia el *podcast* como formato, donde es más evidente el crecimiento de las iniciativas sonoras en nuestros días. Y prueba de ello es la apuesta que las emisoras de radio están haciendo por este formato conjugándolo con la ficción, un género que había desaparecido de las parrillas de programación de radio. El objetivo de este estudio es realizar un análisis de contenido comparativo



de dos *podcasts* de RNE (*Tiempo de valientes* y *Carlos de Gante*) y dos de la plataforma Podium Podcast (*Negra y criminal* y *El gran apagón*). La autora encuentra diferencias en la duración de los espacios, pero también en el objetivo. Mientras los *podcasts* de RNE complementan la trama de las series televisivas, los de Podium son espacios de ficción creados específicamente como *podcast*, sin ligarlos a otra producción audiovisual, contienen más acción y son más largos.

El siguiente conjunto de artículos se centra en el análisis de algún aspecto concreto del lenguaje sonoro. Para comenzar, se estudia el elemento más importante en una producción sonora: la voz. La investigación se titula “¿De quién es esa voz? Evolución de su presencia y uso por tipo de personaje en la publicidad radiofónica” y los autores son Salvador Perelló y Clara Muela. El objetivo de la investigación es cuantificar los distintos tipos de voces que se emplean en la publicidad y cómo se utilizan. Los resultados apuntan a un incremento en la variedad de voces que se usan, con preferencia de las voces de los consumidores que son las que más peso relativo tienen. A pesar de ello, los datos no son positivos y también continúa constatándose un predominio del locutor como voz prescriptora y de comerciales poco creativos. El trabajo con la voz aún es una asignatura pendiente en la publicidad. Y si la voz es importante en publicidad, otro elemento casi de la misma relevancia es la música. A ella está dedicado el siguiente artículo denominado “La música en la publicidad que atrae a los jóvenes” de Juana Rubio-Romero, Marta Perlado-Lamo y Mar Ramos-Rodríguez. En este estudio las autoras analizan las claves del éxito de la música en la publicidad audiovisual que más gusta a los jóvenes. La investigación concluye que lo que los jóvenes más valoran cuando escuchan una canción es que les haga sentir. Por lo tanto, les gustan las canciones emotivas y sensibles. Como vemos, la música juega un papel esencial en la publicidad y, por ende, es central en una estrategia de *audio branding*, en especial para elaborar el logo sonoro. La siguiente investigación aborda este aspecto. Se denomina “Sonic logos: an experimental design on sound features and brand personality” de Lluís Mas. El estudio tiene como objetivo analizar diferentes composiciones musicales en logos sonoros para conocer cuáles funcionan mejor de cara a definir la personalidad de la marca y las emociones que suscita. Los resultados de esta investigación indican que la simplicidad y la agradabilidad se asocian con logos sonoros lentos y ascendentes.

Junto a la música, los efectos sonoros son recursos que han demostrado tener una gran capacidad para crear imágenes mentales en el oyente, además de ser imprescindibles para situar al oyente en una escena recreando acciones y escenarios. Por lo tanto, son claves en una ficción sonora. Esto se puede observar en ficciones sonoras como la mítica *Taxi Key* (1948-1962). Elisa Arias lo analiza en el artículo “Los efectos sonoros en las series radiofónicas: el caso de la serie policíaca *Taxi Key*”. La autora estudia la tipología, cantidad y funciones de los efectos sonoros en la serie. Los resultados indican que los efectos de sonido están vinculados al género policíaco y se emplean sobre todo con una función descriptiva para ambientar las escenas de suspense de la serie. También sobre efectos sonoros trata el siguiente ensayo del monográfico, aunque desde una perspectiva totalmente diferente. Viene de la mano de Roger Pastó y se intitula “Sound effects and the morfing façade: emotion in sound of projection mapping”. El autor analiza el papel de los efectos de sonido en *video mapping* y lo justifica en el hecho de que existen estudios sobre efectos visuales, pero en video a menudo se olvidan los efectos de sonido, como le pasa al sonido en general. En la investigación se analizan tres producciones de *video mapping* para explicar el papel de los efectos de sonido a la hora de estimular las emociones.



Pero al mismo tiempo el sonido también ejerce un importante papel en otros medios que no son la radio: ¿qué sería del cine sin la fuerza expresiva de la voz o de la música? Por eso, los dos últimos artículos que cierran el monográfico se centran en el sonido en el cine. El primero de ellos se denomina “La voz de Dios: características en el cine de Hollywood” de Virginia Medina y Berenice Ponce. Las autoras analizan desde la audionarratología cómo se representa la voz de Dios en el cine tomando como referencia películas de Hollywood. La principal conclusión es que existen ciertas convenciones que se mantienen a lo largo de los años para representar la voz de Dios en el cine, probablemente debido al estereotipo que ha marcado la religión (masculino, edad avanzada y enérgico). El segundo de los estudios se titula “Cine para los oídos. Un estudio de caso: análisis de la propuesta sonora de la película *Babel*” de Camilo Pardo. El autor analiza la expresividad sonora en el discurso narrativo del filme *Babel*. Parte también de los pocos estudios que hay sobre el sonido en el cine comparados con los análisis de los aspectos visuales. Pero el análisis de esta cinta revela la importancia que adquiere el sonido en la construcción y en la resolución del relato.

En definitiva, el sonido está presente en cada una de las actividades que hacemos. Sus beneficios y competencias se pueden observar a través de sus muchas aplicaciones: desde la pura transmisión de información en un espacio informativo en radio hasta los beneficios de la música en la publicidad o el cine. Desde la función del crujir de un cereal en un anuncio de televisión hasta el poder educativo de un *podcast* en una escuela. Pero aún queda camino por recorrer para colocar al sonido en el papel que se merece, como concluyen casi todos los autores de este monográfico. Se hace pues necesario seguir avanzando en estudios que analicen cómo el sonido puede aportar valor a la comunicación en cada una de sus aplicaciones y en los distintos medios, incluyendo las redes sociales y los dispositivos móviles del tipo que sean. De momento, *Disertaciones* ha querido realizar esta contribución con este monográfico que esperamos que disfruten.

Emma Rodero

Editora invitada - Disertaciones 12(2)

Profesora titular

Directora del Media Psychology Lab y del cclab

Departamento de Comunicación

Universitat Pompeu Fabra (España)