

# EL PESO CRECIENTE DE LA VOZ Y EL SONIDO PARA COMUNICAR EN LA ERA DIGITAL: EL PROTAGONISMO DE LA ORALIDAD

---

**EMMA RODERO**

Emma Roderó es profesora titular en el Departamento de Comunicación de la UPF, doctora en Comunicación, doctora en Psicología, especialista en patología de la voz y en psicología de la cognición. Su actividad investigadora se centra en el análisis del procesamiento cognitivo del sonido y del habla pública. Roderó estudia cómo el sonido y la voz pueden mejorar los niveles de atención, recuerdo y comprensión de los oyentes, lo cual tiene una aplicación directa en cualquier proceso de transmisión de conocimientos: ámbito audiovisual, publicitario, cultural, educativo o político. Es autora de más de doce libros y setenta artículos científicos sobre la voz, el sonido y la radio. En este medio, la radio, ha trabajado durante más de una década y en la actualidad sigue ejerciendo como locutora de productos publicitarios, documentales, audiolibros y e-learning.

## Introducción

---

La voz y el sonido son para muchas personas un misterio, tan familiares, pero a la vez tan desconocidos. Silvia conoce bien su influencia, pero hasta hace poco no era consciente de ella. Silvia es enfermera. Hace unos días, a raíz de un grave malentendido que tuvo con un paciente, se dio cuenta de que la manera en que se comunicaba con ellos influía en su estado anímico y en su salud. En ese momento, analizando qué había pasado, recordó la entrevista por la que había conseguido trabajar en ese centro médico; una entrevista donde su manera de expresarse fue decisiva. No, no había sido consciente hasta entonces del poder del lenguaje oral. Y eso que Silvia es una persona que utiliza muchas fuentes sonoras en su día a día. Dos veces al mes, va al teatro, pero nunca se había parado a pensar que estaba accediendo a la forma más pura de la oralidad. A Silvia también le encanta la música y hace poco que se ha suscrito a una plataforma de música online. Le gustan las historias, ¿a quién no? Y por eso siempre leyó cuentos en voz alta a su hija y, en todos sus cumpleaños, siempre hubo un cuentacuentos. Últimamente, como ahora Silvia ya no tiene tanto tiempo para leer, ha descubierto que puede seguir viviendo grandes historias a través de los audiolibros. Y poco a poco se ha aficionado a llevar sus auriculares allá donde va. Era cuestión de tiempo que descubriera los podcasts. Cuando va al gimnasio y cuando pasea al perro ya no solo escucha música, escucha podcasts. Y así, Silvia ha hecho un curso de italiano. Además, escucha programas de cine, de arte que le ayudan a entender mejor la escultura y, cuando está más concentrada, podcasts especializados en salud. Esto al margen de poder escuchar ficciones sonoras, porque, recordemos, a Silvia le encantan las historias. Por tanto, ella vive no solo en un mundo de sonido, sino que también el sonido y la voz se convierten en la manera más importante en que Silvia se comunica, accede al conocimiento, expande su nivel cultural y se entretiene. Como Silvia, son muchas las personas que emplean el sonido como una manera de acceder a la infor-

mación que necesitan y como forma de acceso a la cultura y al entretenimiento. Para algunos autores lo que se está produciendo es una vuelta al protagonismo de la oralidad, una oralidad que nunca hemos perdido, pero que hemos denostado. Hemos pasado de un mundo centrado puramente en la cultura escrita a la oralidad digital. Pero ¿a qué se debe este protagonismo de las formas orales en nuestros días? Para buscar una respuesta, vamos a realizar un breve recorrido por la transformación que va desde la oralidad primaria a la digital. Una vez entendida esta transformación, nos adentraremos en los elementos sonoros que la componen, el sonido y la voz, para después realizar un recorrido por sus aportaciones a las industrias culturales y artísticas.

## El nuevo protagonismo de la oralidad: de la oralidad primaria a la digital

---

A Silvia nunca se le había ocurrido pensar que la oralidad está en el principio de nuestra historia, que es la forma comunicativa más antigua. Aunque no se sabe a ciencia cierta la fecha concreta, hace aproximadamente unos 300 000 años que los humanos adquirieron la habilidad de hablar ([Mizrach, 1998](#)). Al principio fueron unos simples gruñidos, pero poco a poco se fue desarrollando el lenguaje ([Salzmann, 1993](#)). Esta denominada primera oralidad ([Ong y Hartley, 2016](#)) era una forma de comunicación puramente oral que coexistió con las representaciones pictóricas. Pero el ser humano necesitaba una manera de hacer permanente la palabra hablada, de registrarla de alguna manera. Y, por ello, hace más o menos unos 6000 años se inventó la escritura, como una evolución del lenguaje oral, como un código de representación de la palabra hablada. En ese momento, surgió la posibilidad de almacenar la información en su estado original. Este es otro dato que Silvia desconocía. Ella había recibido una educación fuertemente centrada en el lenguaje escrito y daba por hecho que siempre había estado con nosotros. Sin embargo,

la escritura es una invención muy reciente si la comparamos con el tiempo que el ser humano lleva hablando.

La aparición de la escritura transformó de manera profunda la transmisión del conocimiento y la forma de pensar. Pero no fue de manera inmediata. Los recitales de poesía seguían siendo comunes entre las élites en Roma. La gran transformación se produjo con la invención de la imprenta de Gutenberg, en el año 1450 aproximadamente. Este invento consiguió que los manuscritos pudieran reproducirse y copiarse de forma rápida y, por tanto, extenderse y popularizarse. Pero solo se puede leer si se conoce el código de la escritura, lo cual requiere un aprendizaje formal que aún no estaba generalizado. En la Edad Media sabemos que era una competencia limitada a miembros del clero y a las clases altas sociales. La manera predominante de transmisión del conocimiento continuaba siendo oral, así que tendrían que pasar años hasta que la cultura escrita llegara a amplios sectores de la población. Graham (1993) señala que la lectura, tal y como hoy la conocemos, como un acto silencioso y privado, se generalizó en la segunda mitad del siglo XIX. Por tanto, el lenguaje escrito tiene pocos años de vida y es por eso que el profesor Sauerberg, de la Universidad de Dinamarca, como otros autores (Pettitt, 2010<sup>2</sup>), denominan a esta etapa «el paréntesis Gutenberg<sup>3</sup>». Durante este periodo, la escritura fue imperante. Pero pocos años tuvieron que transcurrir para encontrar otra manera de registrar el lenguaje oral y así devolverle el protagonismo.

El fonógrafo, inventado por Edison, Johnson y Berliner y patentado en 1878, fue el primer aparato que permitió reproducir sonidos. Posteriormente el gramófono de Berliner se utilizaría para sonorizar películas.

Esto significaba que, por primera vez en la historia, el sonido se podía grabar y reproducir. La introducción de la tecnología abría, pues, una nueva etapa que Ong y Hartley (2016) denominan segunda oralidad. Al fonógrafo y al gramó-



Fonógrafo, gramófono

fono los siguieron otros sistemas de almacenamiento de la información. El casete desarrollado en 1970 dio un empujón importante a la oralidad porque las formas sonoras, además de poderse grabar, se hacían portables. Después, en los años ochenta, llegó el disco compacto, las cintas de vídeo y, a partir de 2002, el *streaming* e Internet con la posibilidad de descargar contenidos sonoros en formato MP3 (Rubery, 2011). Paralelamente, la transmisión del sonido a distancia y, en concreto, de la palabra hablada, también se iba desarrollando a través del teléfono patentado por Bell en 1876, aunque fue inventado por Meucci. Todos ellos han sido y son sistemas de comunicación y de almacenamiento del sonido que han contribuido a recobrar el protagonismo de la oralidad.

Sin embargo, el impulso definitivo, la vuelta a la oralidad, llegó con la aparición de la radio. Esto es algo que Silvia podía entender bien, porque le gustaba escucharla cuando tenía guardia por la noche en el hospital.



El medio por excelencia del sonido, la radio, haría posible la comunicación de masas. Mientras que un libro debía ser impreso y comprado por cada uno de los lectores, una sola emisión de radio podía llegar a un gran volumen de personas de forma fácil y barata. En este sentido, Silvia siempre recuerda el fenómeno de alarma social generada por la transmisión de *La guerra de los mundos*<sup>4</sup>, dirigida por Orson Welles y emitida en la CBS el 31 de octubre de 1938. Entonces se puso de manifiesto el poder de una transmisión de radio que podía alcanzar a miles de personas.

De hecho, para McLuhan (1989), la radio y la comunicación de masas fueron el factor que



modificó la hasta entonces imperante cultura impresa occidental. Con el cine y la aparición posterior de la televisión (en los años treinta), la comunicación de masas se expandiría y el lenguaje audiovisual comenzó a cobrar protagonismo.

*El principal cambio con respecto a los medios audiovisuales tradicionales es que los sujetos comienzan a ser usuarios activos, no simples receptores, y se facilita la interacción.*

En nuestros días nos encontramos en lo que Barrow (2008) denomina la oralidad digital nacida en la era de Internet. El principal cambio con respecto a los medios audiovisuales tradicionales, como la radio o la televisión, es que los sujetos comienzan a ser usuarios activos, no simples receptores, y se facilita la interacción. Silvia es quien decide ahora qué contenidos quiere consumir, cuándo y dónde. Además, busca poder interactuar, dar su opinión, compartir aquello que le agrada. Esta característica la posibilitan los últimos avances tecnológicos. La disminución del tamaño y peso de los teléfonos móviles los ha convertido en la central de comunicación, información y entretenimiento más importante de una persona hoy en día. Han aparecido nuevos formatos audiovisuales que almacenan sonido, como el podcast, o imagen, como YouTube. El sistema de comunicación también ha incorporado las imágenes y reproduce asimismo la oralidad digital en formatos como Skype, cuya única diferencia con la oralidad pura es la distancia entre los interlocutores. Son formatos que, como las conocidas TED Talks, se parecen mucho a las formas orales primarias. Por tanto, la oralidad digital se caracteriza por cuatro factores: la mediatización tecnológica, la transmisión masiva a distancia, la capacidad de almacenamiento y reproducción cuando el sujeto decida y las posibilidades de interacción. Pero, dentro de este contexto, ¿por qué la voz y el sonido tienen esa facilidad de transmisión? Vamos a analizar ahora estos dos elementos sonoros para entender la razón de su auge.



## Elementos de la oralidad: voz y sonido

Cuando Silvia estudiaba, la mayoría de las actividades que hacía estaban centradas en aprender el lenguaje escrito. Durante algunos años, la educación se ha centrado en la escritura y ha relegado la oralidad, dando por hecho que se trataba de un proceso de segunda categoría. Frente a esta idea, según Goody (1968), la mayoría de las culturas transmiten sus actitudes y valores cara a cara y, por esta razón, Rosenberg (1987) acuña el término «oralature». Es cierto. Hemos olvidado que la oralidad es previa y precede a la escritura. La mayoría de los niños aprenden a hablar sin ir a la escuela (Mizrach, 1998). Pero, puesto que la escritura es un código que representa el lenguaje oral, es necesario un proceso formal de aprendizaje. Para escribir y leer bien, primero hay que hablar y escuchar «bien», es decir, primero hay que conocer bien el lenguaje oral.

### El lenguaje oral y la voz

La característica básica de la oralidad es que hay una persona que habla, una voz que nos cuenta una historia, nos ofrece una información o nos pide realizar una actividad, entre otras muchas funciones. La poderosa influencia de la voz tiene su base en que es el instrumento de comunicación más importante del ser humano.

*Una buena interpretación puede representar todo para enriquecer la experiencia en una obra, en una pieza musical cantada, en el teatro, en un podcast o en un audiolibro.*

Cuando escuchamos una voz, recibimos dos tipos de información: verbal y no verbal. Los oyentes no solo acceden al lenguaje, a las palabras y las oraciones, sino también a las características idiosincráticas del propio hablante (género, edad...) y a su manera de hablar (Alexander y Nygaard, 2008). La voz de cada persona es única. Pero, lo que es más importante: la voz

aporta información valiosa sobre nuestra personalidad y nuestro estado anímico. Por ejemplo, las personas que hablan muy rápido suelen ser nerviosas o extrovertidas; las que hablan con una intensidad baja, pueden estar tristes o aburridas. Esa manera de hablar de cada persona es lo que se denomina prosodia. La prosodia nos ayuda a hacer el mensaje comprensible, a mostrar la intención que tenemos al hablar y a plasmar lo que sentimos. Los seres humanos utilizamos las combinaciones melódicas de la voz a través de la entonación, la acentuación y los cambios de velocidad y las pausas para dotar de sentido a nuestras palabras. Por tanto, la prosodia incrementa la atención y mejora la comprensión del oyente (Rodero, Potter y Prieto, 2017). De hecho, según el neurocientífico [Ramachandran](#)<sup>5</sup>, la prosodia está unida a las partes emocionales del cerebro y, por esta razón, cuando escuchamos una voz tenemos la sensación de estar en compañía. Escuchar una voz con todos sus matices prosódicos crea un vínculo emocional fuerte, una atmósfera íntima (Horton y Wohl, 1956) que nos hace pensar que estamos acompañados. Todo ello en conjunto produce una grata sensación de bienestar. La prosodia adquiere, si cabe, un papel más importante cuando las manifestaciones son artísticas. Una buena interpretación puede representarlo todo para enriquecer la experiencia en una obra, en una pieza musical cantada, en el teatro, en un podcast o en un audiolibro.

En cambio, por ejemplo, cuando leemos en voz baja, lo hacemos con nuestra voz interior y, por tanto, no hay interpretación, no hay prosodia. El procesamiento, en este caso, es doble. Cuando Silvia lee, primero necesita descodificar las letras impresas, utilizando el sistema visual, y, a continuación, debe dotarlas de significado procesando el propio lenguaje (Gough y Tunmer, 1986). En la fase de procesamiento del lenguaje, la lectura utiliza los mismos procesos mentales del lenguaje oral, que ha adaptado con el tiempo. Por tanto, no hay un proceso mental especial para la lectura, sino que lo tomamos prestado del lenguaje oral, como explica el profesor de Psicología [Daniel Willingham](#)<sup>6</sup>. Además, cuando

leemos en voz baja accedemos a la representación fonológica de las palabras, es decir, que se produce también una activación cerebral de la parte fonológica (Peng *et al.*, 2004). Es fácil de entender. Cuando tenemos dificultades para comprender una palabra, muchas veces nos vemos obligados a pronunciarla en voz alta para poder identificarla y así comprender su significado (Alexander y Nygaard, 2008).

Un dato que demuestra que la lectura y la escucha son complementarias y ambas favorecen la competencia en el lenguaje es que los estudios que comparan el nivel de recuerdo y los niveles de comprensión siempre producen resultados similares (Bell y Perfetti, 1994). Cuando el aprendizaje del lenguaje escrito se completa en la etapa escolar, el grado de comprensión se iguala, según el psicólogo [Daniel Willingham](#)<sup>7</sup>. Este dato puede parecer sorprendente si tenemos en cuenta que es más difícil retener información cuando se escucha, debido a que la comunicación es efímera y nuestra memoria a corto plazo muy limitada. Esto reafirma la idea de que el procesamiento oral es muy sencillo y nos da una idea de por qué muchas veces preferimos hablar a escribir en nuestra vida diaria. La oralidad se ajusta como un guante al estilo de vida actual. El protagonismo y el peso de las formas sonoras viene propiciado por un ritmo frenético de vida en el que las personas están cada vez más ocupadas realizando múltiples tareas. En este mundo sujeto a las prisas, hablar y que un dispositivo recoja lo que decimos y actúe en consecuencia es la forma más sencilla y rápida de conseguir lo que deseamos. Tendemos, por tanto, a que toda la actividad se mediatice a través del habla porque sigue el ritmo de vida de las personas, incluso en la más pura oscuridad (Irwin, 2009). Lo sabe muy bien Silvia, que está acostumbrada a enviar mensajes hablados de WhatsApp. Por eso, ya existen aplicaciones que convierten los mensajes verbales en texto. Esta es una herramienta muy útil para escritores, que pueden dictar a sus dispositivos en cualquier lugar. Lo mismo ocurre con los dispositivos de voz que se están popularizando y que todo el mundo tendrá en casa

en unos años (Amazon Echo, Google Home...). A través de esos dispositivos será como en el futuro escucharemos diferentes manifestaciones sonoras: la radio, los podcasts, los audiolibros, la música... Con una simple orden de voz, estos dispositivos podrán reproducir lo que queramos. El sonido será una parte central del proceso, así que vamos a detenernos a analizarlo en el siguiente apartado.

*El protagonismo de las formas sonoras viene propiciado por un mundo sujeto a las prisas, en el que hablar y que un dispositivo recoja lo que decimos y actúe en consecuencia es la forma más sencilla y rápida de conseguir lo que deseamos.*

## El sonido

Silvia sabe bien que el sonido, como la voz, tiene un fuerte protagonismo en la oralidad digital. El sonido nos rodea, nos envuelve y nos acompaña en todo lo que hacemos en el día a día. Además, tiene una función primordial para nuestra subsistencia: es el encargado de informarnos de la naturaleza, el espacio y la distancia de los objetos. Y lo hace siempre sometido a una periodicidad. El sonido es efímero, lo audible es pasajero, sujeto siempre a un delimitado período temporal. Es una característica que puede atribuirse también a la comunicación audiovisual, aunque no a la escrita. Como el mensaje se percibe y se procesa como un *continuum* sonoro, de forma lineal, el proceso de comprensión es más difícil de controlar. Cuando escuchamos, no podemos escoger la velocidad a la que recibimos el mensaje ni tampoco podemos decidir detenernos en un punto. Sin embargo, hoy en día esto ya no es un problema. Cuando los productos sonoros están grabados, como un podcast, el sujeto puede parar en cualquier momento, puede retroceder e incluso, en algunas aplicaciones, puede ajustar el ritmo de escucha a distintas velocidades. Precisamente los podcasts, los archivos de audio grabados y disponibles en Internet para su escucha o descarga y con posibilidad

de suscripción, han contribuido en gran manera a devolver en nuestros días el protagonismo al sonido. Un podcast, como archivo de audio que es, puede albergar todo tipo de contenidos sonoros, todo aquello que podamos imaginar. En España, recientemente la Cadena Ser puso en marcha *Podium Podcast*<sup>8</sup>. Junto a esta oferta, a través de las principales plataformas, *iTunes*<sup>9</sup>, *Spreaker*<sup>10</sup>, *Stitcher*<sup>11</sup> o *Libsyn*<sup>12</sup>, se pueden encontrar podcasts de cualquier temática, por supuesto, también relacionados con la cultura y el arte. Basta solo con bajarnos un agregador a nuestro móvil para poder disfrutar de ellos. Y, si nos decidimos a producirlos para potenciar nuestra marca, empresa, productos culturales o servicios, todas las claves están en *Podcast Pro*<sup>13</sup>. Y es que el sonido es una forma sonora ideal para el fomento de la cultura, al menos por tres razones (Rodero, 2005). La primera es que los sonidos tienen el poder de crear imágenes mentales cuando se producen de manera aislada, sin la imagen. Cuando Silvia escucha un podcast de ficción sonora, se ve obligada a restituir las imágenes que le faltan dibujándolas en su mente. Las imágenes que crea son únicas y propias. Así pues, el procesamiento del sonido es una actividad cognitiva muy gratificante en la que Silvia se implica de forma activa produciendo imágenes mentales basadas en el propio estímulo que escucha y en su personal experiencia. La segunda razón por la cual el sonido es relevante para una obra artística es su capacidad para emocionar. Los sonidos, por su naturaleza, la voz y la música en especial, tienen una gran fuerza expresiva que hace que el oyente sienta distintas emociones. De hecho, la música por sí sola es capaz de crear o modificar estados anímicos. La tercera característica del sonido es el realismo que un oyente puede llegar a sentir cuando se sumerge en una buena producción sonora. Cuando todos los elementos del sonido (voz, música y efectos sonoros) están bien combinados, el oyente puede llegar a sentir que está dentro de la historia o de la escena que se esté describiendo. En esta sensación de realismo hay dos elementos sonoros que tienen gran influencia: los efectos y los planos sonoros. Los efectos sonoros nos permiten

escuchar los sonidos de la realidad (una puerta, el ruido del tráfico...), mientras que los planos sonoros introducen el espacio y nos ayudan a conocer la posición de las personas y los objetos. En nuestros días, muchas producciones sonoras ya incluyen el sonido binaural, es decir, introducen la espacialidad y se aproximan mucho a cómo oímos. El sonido binaural es como el sonido en 3D que permite distinguir la posición de los sonidos (detrás, derecha...). Esta característica es muy importante cuando se pretende construir espacios sonoros en un producto sonoro cultural, por ejemplo, en un podcast. De hecho, ya existen producciones realizadas por *RNE*<sup>14</sup> que emplean el sonido binaural para mejorar la experiencia del usuario.

*La ventaja de la oralidad digital se encuentra en la capacidad para acceder a contenidos donde un ser humano cuenta, informa, ayuda, asesora o interactúa con nosotros empleando todos los matices prosódicos de su voz.*

En definitiva, la ventaja de la oralidad digital se encuentra en la capacidad para acceder a contenidos donde un ser humano cuenta, informa, ayuda, asesora o interactúa con nosotros empleando todos los matices prosódicos de su voz. Si esto lo hace apoyado por sonidos que refuerzan su potencial emotivo, como la música, y que dotan de realismo a la historia, como los efectos sonoros y el sonido 3D, entonces el resultado será una experiencia cognitiva y sensorial muy completa que logrará estimular imágenes mentales en el oyente, implicarlo emocionalmente y hacerle vivir y sentir la historia desde dentro. Estas son las ventajas que la voz y el sonido, como características más sobresalientes de la oralidad, pueden aportar a cualquier manifestación artística o cultural. Pero ¿cuáles son esas posibles aportaciones? Vamos a dedicar el siguiente apartado a mencionar algunos ejemplos.

## Aplicaciones de la oralidad en las manifestaciones creativo-culturales

Silvia está concienciada del poder del sonido porque lo experimenta en su día a día a través de diferentes manifestaciones creativo-culturales. Vamos a repasar algunas de ellas.

### Artes visuales: dibujo, pintura, escultura

Parece contradictorio hablar de oralidad cuando nos referimos a las artes visuales, pero no lo es tanto si pensamos que el sonido y la imagen se complementan de manera perfecta. Admirar un dibujo, una escultura o una pintura puede ser una experiencia más enriquecedora si le añadimos sonido. Imaginemos que Silvia está visitando un museo de pintura y admira unas determinadas obras con unos auriculares puestos. En el momento en que Silvia se coloca delante de un cuadro, se reproduce una audioguía que le explica los datos de esta obra. Esta sería la manera más convencional. Pero aún podemos ser más creativos y jugar con un recurso que la radio ha sabido utilizar muy bien. Vamos a personificar el cuadro y a hacer que hable. Silvia podría ahora escuchar la voz de *La Gioconda* explicándole su historia y lo que ella siente. Incluso no es difícil hacer que interactúen y mantengan un diálogo. Ese grado de implicación emocional, escuchando su voz e interactuando con el cuadro, hará de esta experiencia algo memorable. Además de la experiencia sensorial, habremos logrado el objetivo de que asimile la información y recuerde los datos de la obra. Ahora vayamos un punto más allá y pensemos qué pasaría si, en lugar de datos, el audio le narra una historia sonora que ilustra lo que pasó en el cuadro. Esta modalidad introduce el *storytelling*, con lo cual el grado de implicación personal va a ser mayor. Pero aún podemos mejorar más la experiencia. Pensemos que, en lugar de una mera exposición de información, recreamos sonoramente lo que ocurrió en el cuadro. Imaginemos lo que sentiría Silvia si

escucha el grito desgarrador que Edvard Munch representó en su cuadro *El grito* o la serenidad de *Ana mirando por la ventana*, tal y como la concibió Dalí. En esos casos, daremos un salto cualitativo, porque estaremos colocando a Silvia dentro de la historia, viviendo la acción con los personajes, gracias al poder inmersivo del sonido. También, como hemos visto, estaremos estimulando la creación de imágenes. En esta línea, el [Museo del Prado](#)<sup>15</sup> ya ha producido audioguías para niños. Margarita y sus amigos, unos personajes ficticios, acompañan a estos niños en su itinerario explicándoles los datos del cuadro. Si a estos ingredientes le añadimos el sonido binaural, la experiencia será muy realista. El consorcio [Eurecat](#)<sup>16</sup> ya posibilita aplicar el sonido 3D como experiencia inmersiva en museos y en países como [Gran Bretaña](#)<sup>17</sup> se está también utilizando. Por último, podemos añadir movimiento a cualquier obra pictórica o escultórica y hacer que Silvia vea la historia representada. Dar vida a un cuadro es una experiencia que ya se ha realizado en algunos museos, como por ejemplo, el [Rijksmuseum](#)<sup>18</sup>. Pero, sin duda, esto es ya más complicado, menos imaginativo y más costoso que el sonido. En todo caso, estas iniciativas se pueden complementar con un podcast de audio dedicado a un pintor determinado o a una obra concreta, donde se analicen con más detalle las características de la obra o se entreviste a especialistas. Ese podcast puede contener, cómo no, escenas dramatizadas. O también se puede implementar una radio que ofrezca información complementaria o experiencias sonoras a los visitantes, que puedan descargarse en formato podcast, como hace, por ejemplo, la radio del [Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona](#)<sup>19</sup>.

*Parece contradictorio hablar de oralidad cuando nos referimos a las artes visuales, pero no lo es tanto si pensamos que el sonido y la imagen se complementan de manera perfecta.*

Lo mismo podemos hacer animando un cómic de forma sonora. Por ejemplo, la [BBC](#)<sup>20</sup> ya ha creado novelas gráficas con sonido binaural. En este



sentido, podemos hacer volar nuestra imaginación dando voz y vida a dibujos, pinturas y esculturas. Imaginemos si, al llegar a su monumento en Washington, Abraham Lincoln nos saludara. Algo parecido ha puesto en marcha una [asociación de arte](#)<sup>21</sup> de Filadelfia donde los usuarios escuchan una historia, producida por una emisora de radio, sobre la escultura exterior que están viendo. Sabemos que el recuerdo de la información es mayor cuando imagen y audio se complementan, así que en este caso el sonido puede ser un gran aliado.

### Artes escénicas: teatro, danza, música, cine

La relación de las artes escénicas con la oralidad es muy clara y su base la forman sonidos y voces. Ni que decir tiene que el teatro es la pura esencia de la oralidad, la manifestación del cuerpo y la voz al servicio de la interpretación de una historia. En su relación con la oralidad, al teatro lo han beneficiado y lo benefician la radio y el podcast. Una de las vías por las que muchas personas han tenido acceso a las obras dramatizadas ha sido a través de los radioteatros que se generalizaron en la radio española entre los años cincuenta y setenta (Rodero y Soengas, 2010). Entonces, mucha gente sin poder adquisitivo podía reunirse en torno a la radio para disfrutar de las obras teatrales, así como también de las novelas. Hoy en día, [Radio Nacional de España](#)<sup>22</sup> continúa la producción de audiodramas. También hay iniciativas independientes que, en formato podcast, permiten escuchar audioteatros, como [TEAFM](#)<sup>23</sup>, o asistir a un radio teatro en directo en [La Casa Encendida](#)<sup>24</sup> o a las representaciones de [Audiodrama](#)<sup>25</sup>.

La danza es quizá el elemento más ajeno a la palabra hablada porque es un arte más visual, aunque también le afecta el sonido a través de la música. En este sentido, la tecnología ya permite sincronizar el sonido con el movimiento o variar ritmos en función de ese movimiento. A pesar de que la voz hablada está aquí ausente cuando la melodía no tiene letra, podríamos imaginar una

escena de danza con incursiones de voz o incluso con una voz en *off* que, sin interrumpir el acto, pudiera explicarnos determinados conceptos que no hayan quedado claros. Otra idea es crear un podcast que el oyente pueda escuchar una vez se ha disfrutado la obra.

La música es uno de los elementos más importantes del lenguaje sonoro. Es el que en mayor medida despierta las emociones y cambia estados de ánimo porque tiene un procesamiento más emocional que racional (Rodero, 2015). En ella se pueden distinguir dos funciones. La música como obra creativa, como elemento autónomo, y la música utilizada para acompañar otras creaciones culturales, como elemento complementario. En su primera función, está claro que las emisoras de radio musicales, los conciertos o los dispositivos de reproducción de música han avanzado de manera significativa. Las plataformas de *streaming*, como Spotify, que han convertido la música en un servicio, permiten incluso almacenar los gustos de los oyentes y programar las canciones en función de esas preferencias. Junto a ellas, comienzan a surgir otras iniciativas especializadas en un solo tipo de música, como, por ejemplo, la clásica. [Carreras](#)<sup>26</sup> (2017) explica el proceso de transformación de la música en este mundo digital en este mismo anuario, así que no profundizaremos en su evolución.

En el caso de la música empleada como elemento complementario, debemos recordar que cualquier experiencia sonora cultural es susceptible de utilizarla. Puesto que es capaz de modificar estados de ánimo, resulta muy útil en la creación de ambientes, por ejemplo, en un museo antes de una actividad determinada o en cualquier acto cultural donde pretendamos inbuir un determinado estado de ánimo. La música es muy efectiva utilizada en combinación con los otros elementos del lenguaje. Imaginemos la narración de una obra poética con un fondo musical donde voz y música se funden para provocar una experiencia anímica y sensorial muy poderosa y única. Además, la música favorece

el recuerdo y las personas pueden asociar fácilmente una melodía a una idea, persona o marca, como bien sabe la publicidad.

Por último, el cine es uno de los medios culturales que mejor emplean el sonido. La influencia del sonido en el cine es evidente con tan solo intentar ver una película sin él. En esta situación se pierden toda la carga emocional, la expectativa y el sentido. Sin la música, no podemos experimentar la emoción de una escena triste o la expectación que provoca saber que el escuchar una música intrigante anuncia que algo pasará. Por último, perdemos el sentido porque, sin el acceso al mensaje, a la palabra, puede que no entendamos nada. De hecho, esa importancia se hizo patente con la llegada del cine sonoro. Muchos actores y actrices tuvieron que abandonar su trabajo porque sus voces no sonaban bien. La voz de John Gilbert, aguda, puso fin a su carrera como actor, así como la de la actriz Gloria Swanson, que cayó en el olvido al iniciarse el cine sonoro. En este sentido, conviene recordar que el cine es, junto con la radio, el medio que más ha influido en la creación de estereotipos asociados a personajes (Chion, 1999). Todos podríamos deducir qué tipo de voz tiene el malo de la película y qué voz debería tener el galán (Águila y Rodero, 2005). Si utilizamos estos estereotipos de uso del sonido, los oyentes entenderán mejor las manifestaciones culturales. El cine tiene un sonido especial que las personas reconocen fácilmente en cuanto lo escuchan. Si logramos que, en las producciones sonoras culturales, el sonido suene «de cine», entonces lograremos captar la atención del oyente con gran facilidad.

*La música es capaz de modificar estados de ánimo, resultando muy útil en la creación de ambientes y al imbuir determinados estados de ánimo.*

## Prensa y literatura

El mayor avance relacionado con el sonido en la prensa son las aplicaciones que leen en voz alta

el texto impreso. Al principio, surgió como una forma de mejorar la accesibilidad a personas con problemas para leer, como los invidentes o los disléxicos, pero hoy en día estas aplicaciones se han generalizado entre la población. De hecho, Silvia las utiliza para escuchar en voz alta las noticias mientras realiza otras tareas. También a veces escucha podcasts de análisis de la actualidad o de documentales sonoros, que son sus preferidos.

Dentro de la literatura, sin duda, el mayor protagonista de nuestros días, cuando hablamos de sonido, es el audiolibro. Furniss (2004) explica que nacieron en los años treinta, cuando en Estados Unidos la Biblioteca del Congreso comenzó a grabarlos para que las personas invidentes tuvieran acceso a la literatura. Pero su desarrollo más claro se produjo gracias a la introducción de la portabilidad (Jacobs<sup>27</sup>, 2014). Hoy en día todo se ha centralizado en el teléfono y es aquí donde la mayoría de las personas los escuchan, generalmente accediendo a los títulos por suscripción, como lo ofrecen las plataformas más importantes del mercado, [Storytel](#)<sup>28</sup> o [Audible](#)<sup>29</sup>.

Hasta ahora, muchas personas han concebido los audiolibros como un subgénero de los libros, pero las investigaciones realizadas indican que escuchar un audiolibro tiene muchas ventajas. Una de ellas es que la oralidad puede ser una actividad colectiva y participativa, mientras la lectura es una experiencia solitaria y en silencio. Cuando uno escucha un audiolibro siente que no está solo, que está inmerso en la historia porque el narrador se dirige a él con todos los matices de su voz. Pero, además, se pueden organizar escuchas colectivas que ayudan a mejorar la comprensión lectora, a desarrollar el lenguaje oral y a reducir el sentimiento de soledad. Esto es lo que comprobaron Lang y Brooks (2015) en un estudio con personas mayores que habían perdido visión y que iban a escuchar audiolibros en sesiones colectivas. La conclusión fue no solo una estimulación de la lectura como una ocupación importante en sus vidas, sino el reducir el aislamiento social asociado a esta pérdida de

visión. Un estudio realizado por el [Royal National Institute of Blind People](#)<sup>30</sup> (RNIB) en Gran Bretaña concluyó que el 80 % de las personas mayores de sesenta y cinco años con pérdida de visión seguían posteriormente «leyendo» utilizando audiolibros. Por supuesto, esta institución emplea el sonido como principal vehículo de transmisión de sus iniciativas. Lo hace a través de una radio, de un podcast y de audiolibros gratuitos o lo que denomina Talking Books. Y no solo las personas mayores disfrutan escuchando audiolibros, también los más pequeños. Beers (1998) afirma que los niños los prefieren a leer porque se sienten más relajados y entretenidos. Lesesne (2009) destaca que los audiolibros, empleados conjuntamente con texto impreso, ayudan a mejorar la comprensión lectora y la fluidez de los escolares, en la línea de los resultados de Riding y Burt (1982).

Así pues, como con el sonido en general, el audiolibro tiene una serie de ventajas que los propios oyentes describen y que hemos comprobado en un estudio donde los sujetos leyeron y escucharon dos narraciones (Rodero, 2017). Estas ventajas fueron: experimentar una sensación de mayor identificación y conexión con los personajes al oír sus voces y su manera de hablar; un mayor grado de activación emocional medida registrando la actividad fisiológica; una mayor creación de imágenes mentales y un mayor grado de implicación. Estos resultados están en consonancia con las respuestas que Rubery (2011) consiguió en su encuesta sobre audiolibros: «Me gusta porque suena realista», «Me gusta porque sonó creíble», «Era emocionante».

*El audiolibro permite experimentar una sensación de mayor identificación y conexión con los personajes al oír sus voces y su manera de hablar.*

Estos son los atractivos que hacen que, aunque inicialmente los audiolibros se han asociado con los niños, invidentes, analfabetos o disléxicos, hoy en día sean muchos los colectivos que están enganchados ([El País](#)<sup>31</sup>, 2017). En Dinamarca

existe una iniciativa en la localidad de [Padborg](#)<sup>32</sup> donde los camioneros pueden recoger audiolibros gratuitos para escucharlos en sus trayectos (Have y Pedersen, 2013). Como complemento a los audiolibros, el mundo de las letras se puede enriquecer con la escucha de podcasts sobre literatura. Sería imposible enumerarlos aquí, pero se pueden encontrar fácilmente en las principales plataformas.

## Conclusiones

La oralidad es tan antigua como el ser humano. Estamos programados para hablar y, por esta razón, las formas orales de transmisión siempre han tenido mayor influencia. El protagonismo del lenguaje oral a lo largo de la historia se debe a su simplicidad, facilidad de transmisión y accesibilidad frente al lenguaje escrito o la complejidad técnica del audiovisual. Y esto mismo es lo que ocurre en nuestros días. Para Silvia escuchar una voz, un sonido, y hablar es fácil, lo puede hacer en cualquier momento y lugar, incluso realizando otras actividades. Así que, en un mundo donde cada vez tiene menos tiempo, interactuar con los dispositivos digitales a través de la voz sigue siendo la manera más rápida y sencilla. Además, cuando Silvia escucha hablar a estos dispositivos o a cualquier objeto cultural, un cuadro o el narrador de un audiolibro, siente que está en compañía. Lo mismo le ocurre cuando, por ejemplo, escucha podcasts culturales. Es una tarea fácil, que le permite estar relajada y que, además, se ve facilitada porque está suscrita a sus programas preferidos. Pero lo más importante para ella es la gratificante experiencia sensorial y cognitiva que siente cuando escucha estos productos, por la capacidad del sonido para estimular imágenes mentales, para provocar emociones y para introducir al oyente en la escena, generando una vivencia muy realista e inmersiva, especialmente gracias al sonido binaural. Así que Silvia ya conocía bien los beneficios de aplicar la voz y el sonido a las industrias culturales. Ahora os toca a vosotros. Es fácil. Cuando se trata de sonido, solo hace falta dejar volar la imaginación.

## Bibliografía

Águila, M. E., y Rodero, E. (2005). *El proceso de doblaje Take a Take*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

Alexander, J. D., y Nygaard, L. C. (2008). «Reading voices and hearing text: talker-specific auditory imagery in reading». *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 34(2), 446.

Barrow, T. (2008). «Digital Orality: Examining a New Phase of Oral Communication». *Discourse and Technology/Digital Rhetoric*.

Beers, K. (1998). «Listen while you read: Struggling readers and Audiobooks». *School Library Journal*, 44(4), 30-35.

Bell, L. C., y Perfetti, C. A. (1994). «Reading skill: Some adult comparisons». *Journal of Educational Psychology*, 86(2), 244-255.

Carreras, R. (2017). «El mercado de la música en digital. No se trata de una transformación digital, sino de transformación cultural». En: *Anuario AC/E de cultura digital*. Disponible en: <https://www.accioncultural.es/es/anuario2017>.

Chion, M. (1999). *El sonido. Música, cine, literatura...* Barcelona: Paidós.

Furniss, G. (2004). *Orality: The power of the spoken word*. Nueva York: Springer.

Goody, J. (1968). *Literacy in Traditional Societies*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Gough, P. B., y Tunmer, W. E. (1986). «Decoding, reading, and reading disability». *Remedial and Special Education*, 7(1), 6-10.

Graham, W. A. (1993). *Beyond the written word: Oral aspects of scripture in the history of religion*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Have, I., y Pedersen, B. S. (2013). «Sonic mediation of the book: affordances of the audiobook». *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 29(54), 18.

Horton, D., y Wohl, R. R. (1956). «Mass communication and para-social interaction». *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, 19, 215-229.

Irwin, W. (2009). «Reading audio books». *Philosophy and Literature*, 33(2), 358-368.

Lang, C., y Brooks, R. (2015). «The experience of older adults with sight loss participating in audio book groups». *Journal of Occupational Science*, 22(3), 277-290.

Lesesne, T. (2009). *Audiobooks: How and Why*. Presentación en Powerpoint, Sam Houston State University Department of Library Science.

McLuhan, M. (1989). *The Global Village: transformations in world life and media in the 21st century*. Nueva York: Oxford University Press. [Ed. castellana: *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicacion mundiales en el siglo XXI: la globalizacion del entorno*. Barcelona: Gedisa, 1990].

Mizrach, S. (1998). «From orality to teleliteracy». Disponible en: <http://www2.fiu.edu/~mizrachs/orality.htm>

Ong, W. J., y Hartley, J. (2016). *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Peng, D., Ding, G., Perry, C., Xu, D., Zhen, J., Luo, Q., et al. (2004). «fMRI evidence for the automatic phonological activation of briefly presented words». *Cognitive Brain Research*, 20, 156-164.

Riding, R. J., y Burt, J. M. (1982). «Reading versus listening in children: the effects of extraversion and coding complexity». *Educational Psychology*, 2(1), 47-58.



Rodero, E., Potter, R. F., y Prieto, P. (2017). «Pitch range variations improve cognitive processing of audio messages». *Human Communication Research*, 43(3), 397-413.

Rodero, E. (2017). «Diferencias entre leer y escuchar: un estudio de la reacción psicofisiológica». Texto inédito.

Rodero, E. (2015). «The Spark Orientation Effect for improving attention and recall». *Communication Research*.

Rodero, E., y Soengas, X. (2010). *Ficción radiofónica: cómo contar una historia en la radio*. Madrid: Instituto Radio Televisión Española.

Rodero, E. (2005). *Producción radiofónica*. Madrid: Cátedra.

Rosenberg, B. A. (1987). «The complexity of oral tradition». *Oral Tradition*, 2(1), 73-90.

Rubery, M. (2011). *Audiobooks, Literature, and Sound Studies*. Nueva York y Londres: Routledge.

Salzmann, Z. (1993). *Language, Culture & Society: an introduction to linguistic anthropology*. Boulder: Westview Press.

## Fuentes

<http://www2.fiu.edu/~mizrachs/orality.htm>

<https://cmsw.mit.edu/thomas-pettitt-gutenberg-parenthesis/>

<https://commforum.mit.edu/the-gutenberg-parenthesis-oral-tradition-and-digital-technologies-29e1a4fde271>

<http://www.abc.es/cultura/20131030/abci-aniversario-orson-welles-guerra-201310300614.html>

<http://www.history.com/this-day-in-history/welles-scares-nation>

<https://www.theguardian.com/books/2015/nov/07/reading-with-your-ears-do-audiobooks-harm-or-help-literature>

<http://www.danielwillingham.com/>

<http://www.podiumpodcast.com/>

<http://podcastpro.audio/>

<https://www.apple.com/es/itunes/podcasts/>

<https://www.spreaker.com/>

<https://www.stitcher.com/>

<https://www.libsyn.com/>

<http://www.rtve.es/playz/20171106/playz-cast-nueva-dimension-del-sonido-playz/1633000.shtml>

<https://www.museodelprado.es/busqueda-multimedia?search=audiogu%C3%ADa%20infantil&gnoss:type=efrbrer:Audioguide>

<https://eurecat.org/es/el-audio-binaural-la-tecnologia-que-hace-cobrar-vida-a-los-museos>

<https://theawe.dk/audio-augmented-reality-will-transform>

<https://www.youtube.com/watch?v=a6W2ZMpsxhg>

<http://rwm.macba.cat/>

<http://www.bbc.co.uk/taster/projects/tell-me-your-secrets>

<http://www.associationforpublicart.org/program/mww-audio/>

<http://www.rtve.es/alacarta/audios/ficcion-sonora>

<http://www.teafm.net/>

<http://laradiodelacasa.com/>

<https://www.facebook.com/audiodramacolectivo/>

<https://www.accioncultural.es/es/anuario2017>

[https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401\\_846561.html](https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401_846561.html)

<https://www.storytel.es/>

<https://www.audible.com/>

<http://www.rnib.org.uk/>

[https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401\\_846561.html](https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401_846561.html)

[https://www.aabenraabib.dk/Koer\\_og\\_Hoer](https://www.aabenraabib.dk/Koer_og_Hoer)

## Blogs de interés

---

<http://tradicional.blogspot.com.es/2007/09/oralidad-la-palabra-hablada.html>

<http://www.frasesypensamientos.com.ar/frases-de-oralidad.html>

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n15/index.html>

<https://lucian.uchicago.edu/blogs/mediatheory/keywords/orality/>

<https://mk.wordpress.com/tag/orality/>

<https://theaudiobookblog.com/>

<https://theaudiobookworm.com/>

<http://www.audiobookfans.com/>

[https://elpais.com/elpais/2017/10/30/dias\\_de\\_vino\\_y\\_podcasts/1509368776\\_104644.html](https://elpais.com/elpais/2017/10/30/dias_de_vino_y_podcasts/1509368776_104644.html)

<https://www.hotpodnews.com/>

<http://www.podiumpodcast.com/blog/>

<http://podcastinfluencer.com/>

## Notas

---

<sup>1</sup> <http://www2.fiu.edu/~mizrachs/orality.htm>

<sup>2</sup> <https://cmsw.mit.edu/thomas-pettitt-gutenberg-parenthesis/>

<sup>3</sup> <https://commforum.mit.edu/the-gutenberg-parenthesis-oral-tradition-and-digital-technologies-29e1a4fde271>

<sup>4</sup> <http://www.abc.es/cultura/20131030/abci-aniversario-orson-welles-guerra-201310300614.html>

<sup>5</sup> <https://www.theguardian.com/books/2015/nov/07/reading-with-your-ears-do-audiobooks-harm-or-help-literature>

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=2hw3-nX5Azw&feature=youtu.be%29>

<sup>7</sup> <http://www.danielwillingham.com/>

<sup>8</sup> <http://www.podiumpodcast.com/>

<sup>9</sup> <https://www.apple.com/es/itunes/podcasts/>

<sup>10</sup> <https://www.spreaker.com/>

<sup>11</sup> <https://www.stitcher.com/>

<sup>12</sup> <https://www.libsyn.com/>

<sup>13</sup> <http://podcastpro.audio/>

<sup>14</sup> <http://www.rtve.es/playz/20171106/playzcast-nueva-dimension-del-sonido-playz/1633000.shtml>

<sup>15</sup> <https://www.museodelprado.es/busqueda-multimedia?search=audiogu%C3%ADa%20infantil&gnoss:-type=efrbrer:Audioguide>

<sup>16</sup> <https://eurecat.org/es/el-audio-binaural-la-tecnologia-que-hace-cobrar-vida-a-los-museos>

<sup>17</sup> <https://theawe.dk/audio-augmented-reality-will-transform>

<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=a6W2ZMpsxhg>

<sup>19</sup> <http://rwm.macba.cat/>

- 20 <http://www.bbc.co.uk/taster/projects/tell-me-your-secrets>
- 21 <http://www.associationforpublicart.org/program/mww-audio>
- 22 <http://www.rtve.es/alacarta/audios/ficcion-sonora>
- 23 <http://www.teafm.net/>
- 24 <http://laradiodelacasa.com/>
- 25 <https://www.facebook.com/audiodramacolectivo/>
- 26 <https://www.accioncultural.es/es/anuario2017>
- 27 [https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401\\_846561.html](https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401_846561.html)
- 28 <https://www.storytel.es/>
- 29 [https://www.audible.com/mt/Audible\\_en\\_Espanol?pcrid=194803105650&Match-type=e&mkwid=s6KHLzczl\\_dc&cvosrc=ppc.google.audible&cvo\\_crid=194803105650&pgri-d=41323189894&cvo\\_campaign=825231326&gclid=EAlaQobChMI\\_t6w1sj91wIVRD8bCh1UygK-sEAYASAAEgLB6PD\\_BwE&](https://www.audible.com/mt/Audible_en_Espanol?pcrid=194803105650&Match-type=e&mkwid=s6KHLzczl_dc&cvosrc=ppc.google.audible&cvo_crid=194803105650&pgri-d=41323189894&cvo_campaign=825231326&gclid=EAlaQobChMI_t6w1sj91wIVRD8bCh1UygK-sEAYASAAEgLB6PD_BwE&)
- 30 <http://www.rnib.org.uk/>
- 31 [https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401\\_846561.html](https://elpais.com/cultura/2017/10/12/actualidad/1507791401_846561.html)
- 32 [https://www.aabenraabib.dk/Koer\\_og\\_Hoer](https://www.aabenraabib.dk/Koer_og_Hoer)