

Para citar este artículo: Guarinos Galán, V. (En prensa). El arco de la investigación científica actual de los mundos sonoros en comunicación: del silencio al grito. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), DOI: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6844>

EL ARCO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ACTUAL DE LOS MUNDOS SONOROS EN COMUNICACIÓN: DEL SILENCIO AL GRITO

The Arc of Current Scientific Research of Sound Worlds in Communication: From Silence to Shout

Virginia Guarinos, *Universidad de Sevilla*

guarinos@us.es

Aceptado: 26 de mayo 2018

Recibido: 1º de agosto de 2018

Prepublicación: 3 de abril de 2019

RESUMEN

El estudio de la investigación actual en radio, y sonido en general, presenta un déficit de trabajos publicados. En este artículo se rastrean los últimos avances investigadores y los focos de atención en esta materia en aportaciones científicas y tesis doctorales publicadas y defendidas desde 2015 hasta la actualidad. Se observa un aumento constante, desde el punto de vista cuantitativo, además de la incorporación de nuevos temas de interés relacionados con las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de consumo y negocio, sobre una muestra de investigaciones españolas o en español en revistas de América Latina,

referentes académicos por su posición en índices de calidad científica en el ámbito de la comunicación.

Palabras clave: radio, sonido, investigación en ciencias sociales, estudios en comunicación, estudios de radio.

ABSTRACT

The study of the current research in radio, and sound in general, presents a deficit of published works. This article traces the latest advances in research and focuses on this subject in scientific contributions and doctoral theses published and defended from 2015 to the present. There is a constant increase, from the quantitative point of view, as well as the incorporation of new topics of interest related to new technologies and new models of consumption and business, on a sample of Spanish research, or in Spanish in Latin American journals, academic references, for their position in scientific quality indexes in the field of communication.

Keywords: Radio, sound, social sciences research, communication studies, radio studies.

Introducción

Que el título de este artículo se subtitule “del silencio al grito” no es más que una licencia poética, en tanto que, al igual que el silencio, nunca ha existido el vacío en la investigación sonora en comunicación. Se quiere con esta hipérbole hacer resaltar el auge de las investigaciones en radio y sonido en general dentro de las ciencias sociales y en educación, y en particular, en comunicación, como proceso lógico y natural, dadas las realidades de consumo y producción que en la actualidad está teniendo la sonosfera global. O, lo que es

lo mismo, la investigación científica universitaria como reflejo, acompañando a la realidad social en lo que a sonido se refiere.

Posradio, hiperradio, radio 2.0, radio 3.0... la radio también ha sufrido una gran transformación con la llegada de la red de redes y sus múltiples usos, tanto de producción como de consumo (Ortiz Sobrino, 2011). El universo de la sonosfera, independientemente de las cuestiones de terminologías, en estos momentos demuestra que nos encontramos inmersos en una plena revolución del sonido, de la radio, del universo sonoro, del *podcasting*, o como queramos llamarlo, pero el caso es que el sonido... suena. Y suena cada vez más, no solo la radio, sino muchas otras experiencias, desde el citado *podcasting* hasta los audiolibros, desde las audiodescripciones a las experiencias de inmersión sonora como vivencias colectivas, desde lo profesional hasta lo producido por prosumidores, desde los productos sonoros cerrados a los productos sonoros vinculados a otros medios, ya sea como parte de ampliación de una noticia impresa, caso de los periódicos que ya están incluyendo *podcasts*, hasta los programas hechos como parte de un proceso transmediático, de ficción o factual, desde programas de cadenas convencionales subidos a webs para escucha bajo demanda hasta programas hechos para ser oídos solamente *online* en plataformas específicas, como *Podium Podcasts*, de Prisa, por citar algún ejemplo. Desde la realidad aumentada en radio hasta los altavoces inteligentes, algo se mueve en radio y sonido en la calle, en la vida. Pero ¿esta efervescencia encuentra correspondencia en la investigación científica en comunicación? ¿Qué interesa a los investigadores actuales en comunicación?

Si tomamos como referencia la investigación española o en español, puede observarse a simple vista que existen algunos temas y objetos de estudio referidos a sonido y

comunicación que no obstante son estudiados desde otras disciplinas o áreas de conocimiento distintas a las de ciencias sociales. Por ejemplo, la audiodescripción¹ (obligatoria y necesaria ahora ya en la comercialización de cine en DVD) o los audiolibros (en auge exponencial en los últimos tiempos para actividades que impidan el uso de la visión, como correr, pasear, conducir...) no caben en las investigaciones de las revistas científicas en comunicación, sino que se encuentran en las de humanidades por su relación con la literatura (y las formas de lectura) o con la educación (para la enseñanza de personas con discapacidad visual) o con la traducción (doblaje o traducción simultánea), como los recientes trabajos de Rodríguez Domínguez (2015) o Valero (2015), salvo honrosas excepciones (Maciel, Nosralla y Rangel, 2016; Álvarez, 2014).

A pesar de ello, las últimas publicaciones y las llamadas a congresos o monografías de revistas, indican, como afirman Oliveira y Ribeiro, que estamos ante una “new age for radio and audio media” en una “hearing society” (2015, p. 6) gracias a internet. Los focos de interés de las últimas convocatorias así lo demuestran también en cuanto a prioridades y necesidades de investigación científica. Para septiembre de 2018 está convocado un *call for papers* sobre “Podcasting, the popular, and the public sphere” para *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*; en abril se convocó una

¹ Tema de interés como demuestra la existencia de tesis doctorales en los últimos años como las de Marina Ramos, en la Universidad de Murcia, bajo el título *El impacto emocional en la audiodescripción* (2013); o Nazaret Fresno, en la Autónoma de Barcelona, en 2014, “*La (re)construcción de los personajes filmicos en la audiodescripción. Efectos de la cantidad de información y de su segmentación en el recuerdo de los receptores*”, y María Pérez Payá, en la Universidad de Granada, *Guion cinematográfico y guion audiodescrito: un viaje de ida y vuelta* (2015).

experiencia de inmersión de audio 3D, tecnología 5G, en Brighton² (*immersive audio for urban outdoor heritage contexts*); para noviembre, en Sydney, se prevé el encuentro “The politics of listening”, inspirado en “the recent ‘turn to listening’ in media studies, cultural studies and political theory”, tal como figura en su llamada; y la nueva revista *Soapbox. Journal for Cultural Analysis* quiere estrenarse con su primer número a finales de año con un monográfico sobre “Practices of listening”. En este contexto, los *sound studies* merecen una mirada reflexiva y ganada.

Antecedentes y estado de la cuestión

Hasta hace muy poco la investigación en radio era exigua y difícil de publicar, con trabajos sueltos, manuales generales sobre narrativa y producción, artículos perdidos en secciones de misceláneas, cuadernillos que publicaran jornadas radiofónicas... La aparición de monografías múltiples sobre radio no ha sido tan profusa en las ciencias sociales como las dedicadas a otros medios y objetos de estudio en comunicación. De repente, la situación real del auge del sonido en las vidas cotidianas, y en el tráfico de noticias sobre avances tecnológicos y discursivos que circulan por las redes sociales, queda plasmada también en un incremento de publicaciones, resultados de investigaciones en sonido en España. El sonido suena y la investigación se nutre de ello. El futuro de la radio ha sido lo que más ha preocupado en la investigación más reciente, pero no en la inmediata, que es ya ese futuro del que hace poco se hablaba. Lo que interesa ahora es otra cosa, puesto que el futuro de la radio ya es su presente, llamándosele radio o cualquier otro término para referirse a

² Ver <http://commlist.org/archive/all/2018-all/msg00624.html>

comunicación a través del sonido en diversos medios, formatos y géneros. Frente al “explorar las posibilidades de” (Neumark, 2006) hemos pasado al “cómo está cambiando la forma de narrar con sonido” (McHugh, 2016) en tan solo diez años, hasta llegar a hablarse del sonido como categoría de arte (Morgado y López, 2016).

Este resurgimiento hay que situarlo en el marco de la investigación en comunicación en general como uno de los elementos de estudio que ha sufrido una mayor silenciación a lo largo de la historia de la investigación en España. No son muchos los trabajos en comparación con otros, como se ha dicho, pero tampoco lo son los dedicados a explorar cuál ha sido la investigación en radio dentro de su marco general. En los trabajos de Martínez Nicolás y Saperas (2011, 2016) o Lozano y Gaitán (2016), donde se hace un repaso de los orígenes de la investigación en comunicación en España, a raíz del surgimiento de las primeras facultades universitarias específicas, puede leerse esa ausencia a la que nos referimos. Este trabajo se adscribe a la tendencia metainvestigadora y pretende colaborar en ello, sumándose a estos otros estudios recientes de profundización en revistas científicas e índices bibliométricos con el fin de poner en valor la producción científica investigadora relacionada con el medio que ocupa esta monografía, basándonos en los artículos y capítulos de libros, así como en tesis doctorales. La investigación sobre la investigación es un enfoque muy reciente, y claramente vinculado a las necesidades que el sistema curricular y de promoción universitaria actual ha impuesto a los profesores de nivel superior.

Del mismo modo, la investigación sobre investigación radiofónica o sonora carece de profundización, siendo el único trabajo, importantísimo, el de Teresa Piñeiro de 2015, antecedido por el de Repiso, Torres y Delgado (2011) sobre tesis doctorales. En este

contexto, consideramos importante esta contribución más, puesto que, como dice la investigadora, “en el caso concreto de la investigación radiofónica resulta destacable la práctica ausencia de aproximaciones relativas a los *radio studies*” (2015, p.1176). Sus valiosos datos y conclusiones indican que, en los últimos tiempos, en los que Piñeiro cierra la investigación (2013), se comenzaba a notar el aumento y la variación en el enfoque temático de las investigaciones en radio. “De las 28 contribuciones computadas en 1980, todas ellas publicadas en la revista *Análisi*, se ha pasado a un total de 900 artículos publicados en 2013 por las 42 revistas objeto de estudio. Este incremento en la producción científica no ha sido homogéneo, presentando algunos momentos de caída en el número de artículos” (2015, p. 1176). Tal aumento de número de artículos realmente es un avance, si bien ocupan un porcentaje muy minoritario con respecto al total de artículos de investigación en comunicación en general, incluso en años en los que algunas de las revistas analizadas publicaran monografías. Y ese es uno de los elementos que ha destacado en los últimos tiempos: el incremento de las valientes monografías sobre radio, si bien la barrera del 5 %, es la normal en estos estudios con respecto al entorno general de investigación en comunicación.

Además del enfoque cuantitativo, las conclusiones de Teresa Piñeiro sitúan a las temáticas y los enfoques mucho más cerca del periodismo (22 %), que de la comunicación audiovisual o la publicidad, como queda reflejado en el cuadro de objetos de estudio en artículos hasta 2013 (2015, p. 1179). Y, del mismo modo, otra de las conclusiones importantes es el “repliegue de la investigación teórica y conceptual” que continúa siendo un hecho en favor de los estudios de caso, aplicados y análisis de contenido con aumento de investigación cuantitativa.

Metodología

En esta línea, y teniendo en cuenta el cierre exhaustivo que realizara Piñeiro de su muestra en 2013, este trabajo continúa esa tarea hasta la fecha de hoy. Si bien al comienzo de los estudios metainvestigadores se insistía en las introducciones o en los apartados metodológicos en la conveniencia y bondad del uso de las revistas científicas como fuente de información y estudio, con el paso del tiempo es innecesaria ya esa justificación. No obstante, no tiene por qué ser la única fuente desde donde conformar un corpus de estudio. Libros monográficos, tesis doctorales, actas de congresos son también fuentes indicadas de rastreo y localización de objetos para este corpus de trabajo, independientemente de los valores de impacto desiguales que existan entre ellos, puesto que el objetivo de este trabajo no es el del alcance del impacto, sino la propia existencia de investigación en radio y sonido en comunicación.

Definido ese objeto de estudio, los objetivos son hacer un análisis cuantitativo en cuanto al aumento o disminución de las investigaciones en radio; hacer un análisis temático que defina las líneas de fuerza de la investigación actual en radio; tender un puente comparativo entre los usos y productos sonoros de la vida empírica y la preocupación investigadora actual.

Las revistas españolas o en español de las que se ha extraído la muestra son un total de 23: *Historia y Comunicación Social*, *Fonseca*, *Trípodos*, *Palabra Clave*, *Chasqui*, *Zer*, *Signo y Pensamiento*, *Icono 14*, *Revista Científica de la AEIC*, *Área Abierta*, *Mediterránea*, *Espéculo*, *Index.Comunicación*, *Comunicación y Medios*, *Latina*, *Ámbitos*, *Disertaciones*, *Telos*, *Anagramas*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Prisma Social*, *Razón y*

Palabra, Comunicación y Sociedad. El total de artículos derivados de ellas desde 2015 hasta mayo de 2018 es 117. Para la selección de la muestra se han tomado en cuenta los títulos, subtítulos, resúmenes y palabras clave, donde aparecieran los términos de búsqueda: radio, sonido/sonoro, *podcast*. El criterio de selección de estas revistas es el de ser las más frecuentadas por los investigadores en comunicación en español.

Para el análisis temático se ha seguido la clasificación de codificadores de Sterling³ (2009), si bien, los nuevos modos de hacer y consumir radio hacen necesaria una ampliación de dichos paquetes temáticos.

Los mismos criterios han sido empleados para el total de 31 tesis doctorales, defendidas en España, rastreadas en la base de datos Teseo. Se considera que la inclusión de tesis doctorales en este trabajo es necesaria en tanto que ponen de relieve la importancia de los temas sonoros entre los jóvenes, y, por lo tanto, futuros investigadores.

Resultados

El año 2015 presenta un total de 26 artículos. Los temas preferentes tratados en ellos son la relación del radio con internet y las redes sociales, y la gestión de contenidos de forma repetida, si bien el grueso del número de investigaciones presenta líneas sueltas que van desde el sentimiento religioso en radio hasta la publicidad en radio, o la historia de la radio en Europa. *Razón y Palabra* y *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* son las dos revistas que más artículos sobre radio publican en este año, a pesar de que el único número monográfico es publicado por *Comunicación y Medios*,⁴ donde se presta atención a la radio

³ A saber: historia, periodismo, radio y cultura, música y drama, tecnología, política y referencia.

⁴ Número 31, con un total de nueve artículos monográficos.

en diversos países de habla hispana, como Colombia, Argentina o Chile, además de referencias al audiodrama, las nuevas tendencias radiofónicas y la radio universitaria iberoamericana. De los codificadores reseñados son tres los que más artículos aglutinan: historia, periodismo y, especialmente, tecnología.

Se salda 2016 con un número de 30 aportaciones, poco más que el año anterior, entre las que forman parte el *Cuaderno del Audiovisual*, monográfico sobre “La radio, presente y futuro”⁵, donde se tratan temas sobre consumo *online*, contenidos y regulación de radio *online*, difusión cultural y garantías de derechos constitucionales y radio. De nuevo *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* se sitúa a la cabeza en el interés de publicación de investigación en radio, así como, en este año, también *Fonseca y Ámbitos*. Este año presenta una mayor carga miscelánea en cuanto a objetos de estudio: desde audiencias hasta radios locales, mujeres locutoras, ciberradio, microformatos radiofónicos, radios locales y autonómicas, *apps* de dispositivos móviles para radio y, con valor de recurrencia, radio universitaria, doblando el número de artículos del año anterior (4 a 2). Hay un descenso considerable del número de trabajos dedicados a tecnología e incremento de historia y periodismo en lo que a codificadores se refiere.

En solo dos años, 2017 se presenta con 40 artículos, un 90 % más que en 2015, motivado por la aparición de dos monografías, la de la *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, “El futuro de la radio”⁶, con 13 aportaciones, y la de

⁵ Editado en Sevilla por el gobierno autonómico dentro de la colección del Consejo Audiovisual de Andalucía, con siete capítulos.

⁶ Vol. 5, Nº 9.

Área Abierta, “Ficción radiofónica”⁷, con 8 trabajos. La especificidad de ambas monografías hace que los temas reiterados este año sean precisamente las nuevas tecnologías y nuevos formatos, *podcasting* y *apps*, así como los dramáticos radiofónicos: radio *online* y multimedia se repiten entre los contenidos más trabajados, además de los tradicionales en menor cuantía: publicidad, radio deportiva, radios comunitarias, participación ciudadana, añadiéndose la radio corporativa y la *brand radio* como nuevos elementos de preocupación reiterados, al igual que lo fue en el año anterior la radio universitaria. Sin lugar dudas, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* vuelve a ser la revista que más atención presta a la radio, sin considerar las monografías de este año, con cinco publicaciones, junto a *Razón y Palabra*, con cuatro.

En el primer cuatrimestre de 2018, son ya 21 los trabajos publicados que desarrollan sus objetivos sobre las radios parroquiales, la radio en los universos transmedia, la pseudociencia en la radio, etc., siendo uno de los temas más desarrollados el de la radio universitaria, gracias a la publicación de la monografía de 11 artículos de la *Revista Mediterránea de Comunicación*: “Las radios universitarias en la convergencia digital”, una monografía lógica en cierto modo, dada la tendencia en aumento de este foco de atención en los últimos tres años.

En el terreno de las tesis doctorales, sobre un total de 31, existe un desequilibrio manifiesto, motivado por la expiración del plazo de defensas de las tesis iniciadas en planes antiguos con respecto a las actuales normativas reguladoras de estudios de tercer ciclo. Es lo que hace que mientras 2017 y 2015 se desarrollen con una media, escasa, de 8 tesis

⁷ Vol. 4, Nº 7.

defendidas sobre radio o sonido, 2016 haya visto las defensas de 21 tesis doctorales, siendo la Universidad Autónoma de Barcelona la que más tesis radiofónicas cuenta en su haber. Cuantitativamente, el número de tesis radiofónicas defendidas es infinitamente inferior, en el marco general de las ciencias sociales y de la comunicación, al número de artículos científicos, que ya es bajo de por sí, a pesar del crecimiento que ha experimentado en los últimos dos años gracias a las monografías.

Por otro lado, los objetos de estudio y las metodologías de las tesis de estos años demuestran una variedad caótica que no presenta líneas de interés investigador generales a lo largo del territorio universitario español. No existe una estrategia común de investigación de redes de investigadores en radio. Por una parte, son muchas las tesis que estudian la radio como medio para otro fin: desde el punto de vista de la salud, de la educación, de la historia de los países, desde la sociología... Por otro lado, los temas tratados distan mucho de los que son trabajados por los investigadores ya consolidados en las revistas científicas, existiendo una escisión importante entre los investigadores incipientes y los investigadores experimentados. Llama especialmente la atención el alto número de tesis sobre historia de la radio en países o historia de las emisoras en España, cuando es uno de los temas más escasos entre la agenda investigadora vehiculada a través de revistas científicas hoy por hoy. En cuanto a temas repetidos puede decirse que solo la investigación en radio universitaria cuenta con tres tesis doctorales en este período analizado.

Finalizamos este bloque de datos reseñando cuáles son los autores con más de cuatro presencias, como autores y/o directores de tesis doctorales, los doctores, por orden alfabético, José Ignacio Aguaded, Julia González Conde, Carmen Marta Lazo, Daniel

Martín Pena, Miguel Ángel Ortiz Sobrino, Regina Pinto Zúñiga, Emma Rodero y Miriam Rodríguez Pallarés.

Conclusiones y discusión

Derivado de los datos extraídos, se observa que los diversos temas trabajados por los investigadores, españoles o en español, en estos tres últimos años, atraviesan las distintas secciones temáticas desde la que pudiera ser abordado el objeto radiofónico. Siguiendo las secciones de investigación de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (comunicación estratégica y organizacional, comunicación y cultura digital, estructura y políticas de la comunicación, estudios de audiencia y recepción, estudios sobre el discurso, producción y circulación de contenidos, y teorías y métodos de investigación en comunicación), se encuentran investigaciones radiofónicas de cada una de ellas, eso sí no en la misma medida. Como denunciaba Piñeiro en 2015, la perspectiva de teorías y métodos de investigación continúa siendo mucho más que escasa, y del mismo modo ha ido en aumento rápido y constante la perspectiva de comunicación y cultura digital, así como la de comunicación estratégica y organizacional, y la de estudios de audiencia y recepción, en detrimento también de los estudios sobre el discurso.

1. Se entiende, pues, que la radio es un objeto de estudio transversal que es atendido desde cada una de estas secciones por especialistas de publicidad, comunicación audiovisual y periodismo, en este orden inverso. Son pocos los trabajos de publicidad radiofónica, algo más numerosos los realizados desde la comunicación audiovisual y muy numerosos los forjados desde el periodismo. Incluso, esa transversalidad excede las fronteras de la propia comunicación, existiendo trabajos en

las revistas especializadas desde las ópticas de la educación, la literatura, el derecho, la sociología...

2. Se deduce también que continúa la tendencia, en los últimos tres años, al alza, en lo que a incremento de producciones científicas se refiere, en formato de artículos por encima de capítulos de libros. Prueba de ello es la existencia de cuatro monografías muy cercanas en el tiempo en revistas de prestigio y bien situadas en los índices de impacto, lo que ha supuesto una concentración en cuestiones de focos de interés, reduciendo la dispersión de objetos de estudio de años anteriores.

3. Otra de las conclusiones que se han podido extraer de los datos es el problema lingüístico. Bien es cierto que este artículo recoge los trabajos en español, no obstante, se observa que cuando las investigaciones publicadas se centran en radios, historias de estas, experiencias, personajes o programas, lo hacen en productos sonoros que también son en español, siendo de preferencia de los investigadores su propia lengua materna a la hora de analizar un objeto de estudio radiofónico, con muy pocas excepciones sobre programas muy conocidos de la radio americana o británica. Considérese solo una conclusión, no un demérito, puesto que el español es un idioma bien completo, rico y lleno de matices.

4. Los nuevos focos de interés investigador, en auge en los últimos años, aunque dejando muy afuera casi todo el resto del sonido, no solo radiofónico, son, por igual, la producción digital y el entorno *online*; los nuevos modelos de consumo y negocio; la radio universitaria. Pueden parecer tres temas separados, pero realmente el entorno 3.0 los une a todos. Los estudios de radios generalistas, de géneros radiofónicos, de historia de los medios continúan existiendo (a veces relegados a tesis doctorales),

pero han cedido el paso a cómo las nuevas radios *online*, o los formatos *podcasts* (Bonini, 2015), o las *apps* están reformulando los géneros radiofónicos y formatos, casi siempre a formas dúctiles, microformas y formas imbricadas en otras formas superiores, las transmediales (Cobo y Hernández-Santaolalla, 2018). Todo ello nos sitúa en uno de nuestros objetivos de partida, el del reflejo investigador de la realidad sonora que se está produciendo. Y se deduce de ello que, si bien, como se ha dicho, se continúa desde la comunicación de espaldas a audiolibros o audiodescripciones, sí se recogen y analizan experiencias sonoras que hacen de la escucha, gracias a esta era digital y de redes, una inmersión en la realidad, una realidad aumentada a través del sonido gracias a las *apps* (Luque, 2018).

5. La importancia de los nuevos modelos de consumo y negocio no va siempre aparejada a la venta. El interés investigador se está centrando también en las radios locales, en las radios municipales, en la importancia de lo social, en la participación ciudadana, en las redes sociales como vía desde dónde y hacia dónde derivar radio. Y entre ellos, entre esos nuevos modelos, las nuevas formas de consumo traen consigo nuevos tipos de radios, como la radio corporativa o radio de marca. Con el aumento y especialización de nichos de mercado radiofónico o sonoro, surge también la extrema parcelación de la audiencia y la obligación del medio de cubrir esa audiencia fragmentada con necesidades muy diversas y aun dispares. Un ejemplo derivado de la segmentación personalizada como modelo de negocio son los canales temáticos, *blogs* sonoros, radios especializadas, pero también la naciente radio corporativa, uno de los recientes focos de interés de los investigadores, que han llegado a decir de ella, de la *brand radio*, que nace en el ecosistema mediático como un modelo de radio que

cuenta con una nueva configuración interna de las organizaciones para dar a conocer sus preceptos, creando una cultura organizacional (Prata y Cordeiro-Martins, 2017, p. 83).

6. La radio universitaria es una de las últimas conclusiones importantes derivadas del análisis de este período. Es cierto que las radios universitarias tienen ya bastante trayectoria en España, luego la entrada en la agenda investigadora de este objeto de estudio no es una cuestión de incorporación de las últimas novedades sonoras a la escritura científica, es otra cuestión. Esa cuestión puede ser la transformación que la radio universitaria está experimentando en los últimos tiempos, manteniéndose como un medio que genera procesos de aprendizaje y enseñanza, pero descubriéndose como un lugar de experimentación. Y puede incluso decirse que como dinamizador de investigación, en tanto que su aporte en forma de artículos ha hecho crecer considerablemente el número de ellos en las revistas especializadas y en la nómina de tesis doctorales (seis en total defendidas en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Huelva, la de Málaga, Jaime I). Como bien dice Ortiz Sobrino, la radio universitaria se encuentra en pleno proceso de reubicación, entendiéndolo que “ya no sirve una radio universitaria concebida solo como un refugio de estudiantes ávidos de prácticas. Sin abandonar su dimensión formativa, las emisiones universitarias necesitan dar un salto cualitativo para convertirse en auténticos medios de comunicación alternativos y con prestigio social. Es necesario convertirlas en centros de producción radiofónica donde se experimente con el lenguaje y los formatos de los programas” (2018, p. 15). Y necesariamente esta reflexión es casi también metainvestigación, y debe partir de los investigadores radiofónicos, como así está

siendo. Y es la investigación desde donde se deben exigir medidas no solo creativas y analíticas (Marta Lazo y Martín Pena, 2014), también reguladoras (Contreras-Pulido y Aguaded, 2018).

Las nuevas realidades del sonoverso, lo más inmediato, aún está por entrar en los temas de investigación, pero lo harán en breve. Mientras tanto, tenemos las redes sociales y los canales de los estudiosos y expertos en sonido para difundir los avances en sonido y radio, experiencias que en breve pasarán a quedar registradas en los artículos y capítulos de expertos. Las sesiones colectivas de inmersión sonora (Guarinos, 2017), las incorporaciones de *podcasts* en prensa tradicional, como el caso de la reciente de ABC, o, como recoge Gorka Zumeta, consultor y formador radiofónico, en su web, en un sugerente artículo de María Sáinz, analista de innovación digital de Vocento Media Lab, todas las nuevas modalidades sonoras para la vida cotidiana. Es momento de pensar en la voz como “nuevo viejo medio en 2018”, como se cita en este *post*, donde se explica que la edad dorada de los *podcasts*, en la que nos encontramos, aún se verá más revolucionada con la llegada de los asistentes de voz, de grandes rendimientos narrativos, lo que terminará modificando el panorama del periodismo, por ejemplo. Los altavoces inteligentes no nos son ajenos ya, en un mundo en que como mínimo un 20 % de las búsquedas que se hacen en Google en dispositivos móviles se realizan a través de la voz. Y así se vaticina: “Las radios, primero, y las televisiones, después, parecen ser los más preparados para la transición a los contenidos de voz”⁸, sobre lo que también ha escrito Rodero (2018). No en

⁸Ver en <http://www.gorkazumeta.com/2017/12/ok-periodico-susurrame-la-actualidad.html>, en el artículo “La importancia de los altavoces inteligentes en el *podcasting*”, además de en <http://www.gorkazumeta.com/2018/05/la-importancia-de-los-altavoces.html>

vano, las ventas de los *smart speakers* han aumentado un 50 % de enero a abril de 2018 con un crecimiento superior al de los teléfonos móviles.

Todos estos nuevos fenómenos sonoros aún no han llegado a la investigación, porque desde la investigación científica radiofónica y/o sonora, como único reproche, y sirva de autocrítica, se hace un trabajo *a posteriori*, siendo urgente y necesaria la investigación prospectiva, uno de los problemas, probablemente, causante de la nula incidencia de la participación de empresas que inviertan en investigación académica radiofónica, sonora, auditiva en la universidad española. Y, aun así, con todas nuestras carencias, ahí seguimos, porque la nuestra, en el entorno general de las ciencias sociales y de comunicación, es una investigación de resistencia, vocacional y comprometida.

Referencias

1. Álvarez Álvarez, M. N. (2014). Subtitulado, videoseñado y audiodescripción en la España televisiva actual. *Historia y Comunicación Social*, 19 (2), 161-172.
2. Bonini, T. (2015). La segunda era del *podcasting*: el *podcasting* como nuevo medio de comunicación de masas digital. *Quaderns del CAC*, 41 (XVIII), 23-33.
3. Cobo, S. & Hernández-Santaolalla, V. (2018). Tiempo de valientes. Elementos narrativos, ideología y heroísmo en crisis en la ficción sonora de *El Ministerio del Tiempo*. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 5(9), 88-93.
4. Contreras-Pulido, P. & Aguaded, I. (2018). Radios universitarias en la encrucijada. El caso de la regulación en Andalucía. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 69-79.

5. Guarinos, V. (2017). La ficción monumental de la radio actual en España. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4 (7), 137-148.
6. Lozano, C., & Gaitán, J. (2016). Vicisitudes de la investigación en comunicación en España en el sexenio 2009-2015. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), 139-162.
7. Luque, C. (2018). *Apps* y ficción radiofónica: el caso de Storywalker. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 5 (9), 94-103.
8. Maciel, S., Nosralla, F., & Rangel, L. (2016). Audiodescripción de personajes como recurso de accesibilidad al drama televisivo. En C. Mateos Martín & F. J. Herrero Gutiérrez (Coords.), *La pantalla insomne* (pp. 3316-3329). La Laguna: Latina.
9. Marta-Lazo, C., & Martín Pena, D. (2014). Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de las radios universitarias. *Edmetic*, 3(1), 3-8.
10. Martín-Pena, D., Parejo Cuéllar, M., & Vivas Moreno, A. (2016). *La radio universitaria: gestión de la información, análisis y modelos de organización*. Barcelona: Gedisa.
11. Martínez Nicolás, M., & Saperas, E. (2011). La investigación sobre comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129.
12. McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *Radio Journal. International Studies in Broadcasting & Audio Media*, 14(1), 65-82.

13. Morgado, B., & López, E. (2016). Arte, sonido e internet. El *net.sound art* frente a la experimentación sonora de las vanguardias y neovanguardias. *Universum*, 31(1), 191-208.
14. Neumark, N. (2006). Different place different times: exploring the possibilities of cross platform radio: convergence. *The International Journal of New Media Technologies*, (12), 213-224.
15. Oliveira, M., & Ribeiro, F. (Eds.). (2015). *Radio, sound and internet*. Braga: Universidade do Minho.
16. Ortiz Sobrino, M. Á. (2011). La radio española en el umbral de la web 3.0. En M. A. Ortiz Sobrino & N. López Vidales (Eds.), *Radio 3.0: una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos*. Madrid: Fragua.
17. Ortiz Sobrino, M. Á., Marta Lazo, C., & Martín Pena, D. (2016). La formación de competencias profesionales en los estudiantes de comunicación social de las emisoras universitarias en España y Portugal: situación y resultados asimétricos. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 34-50.
18. Ortiz-Sobrino, M. Á. (2018). La necesaria redefinición de las radios universitarias en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 13-16.
19. Piñeiro, T. (2015). Los *radio studies* en España. Tres décadas de investigación en las revistas académicas de comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 1169-1188.
20. Prata, N., & Cordeiro-Martins, H. (2017). *Brand radio: la segmentación personalizada como modelo de negocio*. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4(7), 77-85.

21. Repiso, R., Torres, D., & Delgado, E. (2011). Análisis de la investigación sobre radio en España: una aproximación a través del análisis bibliométrico y de redes sociales de las tesis doctorales defendidas en España entre 1978 y 2008. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(2), 417-429.
22. Rodero, E. (2018). El peso creciente de la voz y el sonido para comunicar en la era digital: el protagonismo de la oralidad. En *Anuario AC/E de Cultura Digital* (pp. 80-94).
23. Rodríguez Domínguez, A. M. (2015). El cine audiodescrito: un paso adelante en la historia de la cinematografía. En J. Rodríguez Teceño & A. Fernández Paradas (Coords.), *Nuevas culturas y sus nuevas lecturas. Revista Académica liLETRAD*, 1, 527-534.
24. Saperas, E. (2016). Cuatro décadas de investigación comunicativa en España. Los procesos de institucionalización y de profesionalización de la investigación (1971-2015). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), 27-45.
25. Sterling, C. H. (2009). The rise of radio studies: scholarly books over four decades. *Journal of Radio & Audio Media*, 16(2), 229-250.
26. Valero, M. (2015). Reflexiones sobre la creación de la imagen mental a través de la audiodescripción. *Prosopopeya: Revista de Crítica Contemporánea*, 9, 219-231.