

**RAZÓN Y PALABRA**  
PRIMERA REVISTA ELECTRÓNICA EN LATINOAMÉRICA ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN

ISSN 1605 - 4806

Números Especiales	Acerca de R y P	Boletín Informativo	Acerca de este número	Podcast
Números Anteriores	Directorio	Flickr	Política Editorial	Búsqueda

México Septiembre 1, 2009

[Inicio](#)

## LA FUSIÓN AUDIOVISUAL Y SU RELACIÓN CON LA CAPTACIÓN DE LA ATENCIÓN DE LOS MENSAJES

Por: [Luis Fernando Morales](#)

Número 67

*La estructura del mensaje audiovisual se define a partir de la sucesión organizada de imágenes y sonidos que reproducen perceptivamente unos contenidos dirigidos a la transmisión de información dotada de carga significativa. Sin embargo, los conceptos e instrumentos básicos que la definen y modelan no siempre se orientan hacia este propósito y son incapaces de captar la atención o mejorar la comprensión del mensaje en los sujetos destinatarios. El presente artículo reflexiona acerca de la pertinencia de algunos conceptos del lenguaje audiovisual y formula una nueva propuesta dirigida a canalizar el potencial comunicativo del mensaje a partir de la fusión perceptiva de la imagen y el sonido en la consecución de estos objetivos.*

Palabras clave: formas audiovisuales, construcción del mensaje, eficacia comunicativa.

The structure of the audiovisual message is defined as an arranged series of images and sounds that perceptively unleash some contents towards the transmission of significant information pieces. Nevertheless, the basic concepts and tools that define and model this information not always have this purpose and neither are, therefore, capable of catching the attention and improving the comprehension of the message for receivers. This article reflects some basic audiovisual language concepts and formulates a new approach focused on the communicative potential of the message in the achievement of those objectives.

Keywords: audiovisual units, construction of message, communication efficacy.

## 0. Introducción:

En las últimas dos décadas las transformaciones como consecuencia del fenómeno de la digitalización y la convergencia tecnológica (Prado & Franquet, 1998), han impulsado una serie de cambios que van más allá de la sola eliminación de los sistemas analógicos de gestión y difusión de las señales radioeléctricas. Fundamentalmente han afectado la lógica mediante la cual se estructura el acceso a la información, la producción, el consumo de mensajes audiovisuales, así como la dinámica de las fases subsecuentes de comercialización, distribución y exhibición de este tipo de productos. Solo en España al año 2006 se reporta una conectividad a Internet en hogares del 48%, un incremento del 9,1% respecto del 2005. El número de receptores de TDT vendidos en España supera los 11'800,000, según los datos estadísticos al mes de Julio de 2008 del Instituto de Investigaciones GFK. Estos dos indicadores ponen en evidencia un incremento en la propagación del uso de nuevas tecnologías en diferentes segmentos sociales españoles.

- **El marco situacional y los cambios en la estructura del mercado**

El fortalecimiento de las estructuras empresariales dedicadas a la industria audiovisual no es meramente casual sino que ha impulsado la formación de holdings y alianzas estratégicas para aumentar la competitividad y alcanzar el liderazgo internacional del sector. Los grandes grupos internacionales han pactado fusiones con el fin de consolidar un posicionamiento eficaz de las nuevas tendencias tecnológicas en tres sectores: fabricación de equipos audiovisual, producción y gestión de contenidos y distribución. Esta circunstancia ha generado un aumento notable en la oferta de equipos digitales de registro, almacenamiento y postproducción audiovisual. Ha instaurado una nueva filosofía de renovación-actualización tecnológica en los usuarios basada en la competitividad por la calidad y en estándares de compresión, versátiles para su exhibición en diferentes plataformas de servicios: TDT, cable, televisión satelital analógica y digital, telefonía, entre otras.

Este hecho ha representado para los productores en giro en la dinámica empresarial en dos aspectos. Primero, ha supuesto un importante ahorro en los gastos de inversión-renovación tecnológica. Esto pasa por afectar en el precio final de los servicios con relación a los costes habituales sugeridos por las grandes casas realizadoras o por los profesionales independientes acostumbrados a trabajar con tecnologías broadcast. En segundo lugar, ha producido una readaptación de las estructuras de trabajo marcada por unos niveles de precio relacionados con los gastos y nuevos costes del equipamiento empleado. De este modo, el aumento de la oferta ha provocado una disminución en el coste de los servicios, un aumento sustancial de la competitividad y una necesaria fusión de roles profesionales para adecuarlos a una lógica que ahora necesita. Además, se suma la necesidad de un dominio polivalente: realización, técnicas de distribución y de comercialización especializada en el sector.

- **Influencia de la convergencia en las dinámicas de comunicación**

Desde la esfera del usuario, principalmente, el cambio tecnológico ha permitido el acceso al nuevo universo de la interactividad. Podemos escuchar el sonido o ver los subtítulos de un programa en diferentes idiomas y en tiempo real, suspender y retomar la reproducción, activar opciones de cambio de ángulo como un DVD interactivo, acceder a servicios exclusivos *Pay Per View*, estaciones de radio en calidad digital, entre otras prestaciones que resultan impensables en el contexto de la televisión analógica. A la par, se ha producido un incremento en el volumen de la oferta programática, debido a la diversificación e internacionalización de las empresas productoras en alianza estratégica con los operadores de cable y de televisión satelital. Esto posibilita ofrecer a los usuarios una gran variedad de paquetes de programación a medida con una multiplicidad de canales, idiomas, contenidos y opciones que han influenciado y modificado sus preferencias y su forma de configurar un modo de interacción con la tecnología y el consumo del audiovisual. Actualmente, el campo de actuación de los contenidos no se adscribe únicamente a la televisión sino que los mismos productores rediseñan sus mensajes y los adaptan a nuevos formatos y para ser exhibidos por diferentes medios. Rompiendo definitivamente con el modelo de comunicación unidireccional tradicional, ahora el usuario selecciona el producto, lo consume en consonancia con sus espacios disponibles y si corresponde, envía un retorno o valoración de su experiencia a un centro de operaciones que procesa automáticamente la información y la reutiliza para reconducir los tratamientos o la forma estilística del mensaje, contribuyendo así a las bases de lo que podríamos denominar un proceso de comunicación con retorno inmediato.

- **El efecto en los perfiles y la forma de los discursos**

Este «determinismo tecnológico» de capturas, conversiones, archivos digitales, montajes y exportaciones, ha modificado sensiblemente la dinámica que interconecta al sujeto operador con la realidad o con la sustancia de la creación audiovisual. Esto se explica porque ahora la intermediación tecnológica es diferente y responde a una lógica operativa y de gestión de información diferente por la digitalización. En la edición no lineal y en los sistemas digitales de musicalización es quizás donde mejor se aprecian las diferencias en las formas cómo la tecnología determina unos usos y prácticas, en comparación con el modelo analógico. Solo dos décadas atrás, el reconocimiento profesional del realizador o montador pasaba por su buen criterio o control de las formas y estructuras audiovisuales, muy por encima del control de un equipo más simple y con capacidades limitadas. Ahora, con la digitalización, el perfil profesional del audiovisual da un vuelco y hace imponer un mayor dominio tecnológico, muchas veces por sobre las capacidades creativas y estéticas, porque la herramienta está asociada directamente con el logro de los objetivos comunicativos adscritos al mensaje. Además porque la labor del montador es ahora mucho más interdependiente y ha de insertarse en un sistema de producción interconectado con otras etapas de la postproducción y supervisión de los contenidos, para su emisión o exportación a otros soportes de almacenamiento de información. Este hecho, unido a la creciente oferta de aplicaciones informáticas de montaje de sonido y vídeo de uso libre o de bajo coste disponibles, facilita la utilización masiva de nuevo software y terminan por dar preferencia muchas veces a la operatividad, por encima del dominio de los aportes conceptuales y narratológicos.

Todas estas condiciones marcadas por el cambio tecnológico han resultado útiles y propicias para que los realizadores experimenten con nuevos estilos y tratamientos en su afán por romper permanentemente con unas estructuras, la lógica narrativa convencional y proyectar una creatividad innovadora a partir de la imagen y el sonido. La animación multimedia y el uso de recursos y tratamientos gráficos digitales permiten fácilmente transformar las estructuras espaciales de la imagen en el tiempo, creando personajes y formas irreales con elevada verosimilitud. Los acercamientos y alejamientos generados por la imagen 3D, sin pérdida de resolución, rompen por completo con la visión clásica de la construcción de los discursos. La imagen del mismo personaje se corta creando saltos de imagen «*jumping*» intencionales con el fin de mantener el hilo narrativo sin respetar el cambio de posición de los elementos al interior del encuadre, eliminando por completo el tradicional valor semántico del cambio de plano que hace pocas décadas todos los cineastas intentaban defender. Todo esto nos lleva a efectuar una revisión de los conceptos fundamentales para ver si continúan respondiendo eficazmente a estas dinámicas de comunicación.

- **El lenguaje audiovisual como vehículo para la construcción de significados**

La literatura clásica acerca del lenguaje y narrativa audiovisual define la organización de los discursos a partir de tres unidades básicas: Escena, Secuencia y Plano. Revisemos individualmente cada uno estos tres conceptos y su pertinencia como herramientas dirigidas a la producción de sentido para los mensajes:

#### **4.1. Escena**

El concepto de escena está asociado al de acción o parte de ella que se desarrolla en un espacio y tiempo determinado (Sánchez, 2003, p. 62; Quinquer: 2001, p.157). Conformada por uno o un conjunto de planos, tomas, encuadres o *shots*, Sánchez: (2003, p. 62). Para David Bordwell, se trata de «un segmento de una película narrativa que tiene lugar en una espacio y un tiempo o que utiliza el montaje paralelo para mostrar dos o más acciones simultáneas» Bordwell: (2006, p. 493). Según Francesco Casetti es el «conjunto de encuadres concebidos y montados con el fin de obtener una artificiosa relación entre el tiempo de la representación y de lo representado, y por tanto, un “efecto” de continuidad temporal» Casetti & Di Chio: (2007, p. 157).

#### **4.2. Secuencia**

La secuencia se define comúnmente como una unidad propiamente cinematográfica, en este aspecto es donde la gran mayoría de autores han marcado la frontera con la escena «Posee un sentido completo y está conformada por una serie de escenas o tomas» (Martin, 1995, p.152; Sánchez, 2003, p. 62; Quinquer, 2001, p. 158). Christian Metz indica que «desarrolla un cierto número de pequeñas escenas breves en la mayoría de casos separadas entre sí, por efectos ópticos (fundidos encadenados, etc.) y que se suceden por orden cronológico» (Metz, 2002, p. 152). Mientras que David Bordwell la define como «un segmento moderadamente largo de una película, que implica un tramo de acción completo. En una película narrativa, a menudo equivale a escena» (Bordwell, 2006, p. 496).

#### **4.3. Plano**

Por su parte, el *Plano*, suele definirse como unidad mínima del discurso. Aunque en principio sea un término universalmente utilizado y consensuado en el mundo de la comunicación audiovisual, no deja de adolecer de la misma condición de ambigüedad de significado porque consiste en una selección arbitraria de una porción de la realidad asociada con un espacio-tiempo. También el término suele confundirse con el de encuadre, más directamente referido a la selección y composición interior de los elementos que forman el espacio escénico. Esta segmentación intencional hace que su significación posea un elevado índice de subjetividad y polisemía.

Además de los modelos propiamente teóricos que definen los conceptos fundamentales de la comunicación audiovisual (Millerson, 2001; Mascelli, 1998), existe una gran cantidad de manuales prácticos donde se explica estos asuntos con diferentes niveles de amplitud y profundidad. Esta vez, a diferencia de los teóricos, los conceptos de secuencia, escena y plano son justificados y utilizados siguiendo una lógica estrictamente operativa, dirigida a alcanzar la claridad narrativa de la información expuesta (Mitry, 2002, p. 423). Pese a la insistencia de los autores por dejar sentadas unas definiciones acotadas, esta revisión pone al descubierto una total dispersión terminológica que impide precisar con claridad las marcas fronterizas que limitan a cada una de estas tres unidades fundamentales. A nuestro parecer, no se parte por hallar y formalizar las marcas constantes del mensaje, sino de intentar adaptar unas definiciones provenientes de otras disciplinas, mediante las cuales se pretende diferenciar una serie de unidades altamente cambiantes que se confunden constantemente entre sí. Por tanto, debemos centrarnos en precisar la relación entre los elementos constantes, que resultan relevantes para el espectador, en tanto puedan ser asociados directamente con las marcas significativas del discurso. Esto optimizará el rendimiento del proceso de comunicación independientemente de los imperativos de formato, la especificidad del contenido o el aspecto exterior fijado por las bondades del sistema de montaje. Este planteamiento es coherente y aplicable a la lógica impuesta por los nuevos medios y en especial por la interactividad, porque deja un amplio margen de acción al espectador para definir su trayectoria de lectura, rompiendo con la estructura de lógica lineal impuesta rígidamente por el emisor en un proceso de comunicación convencional.

### **5. Mensaje audiovisual y complejidad de la información**

Desde hace varias décadas diversos autores han formulado modelos donde los mensajes se abordan como conjuntos dotados de un volumen de información variable. Noel Burch, por ejemplo, habla de «repertorio de sistemas simples» y «dialécticas complejas» (Burch, 1998, p. 59). Giles Deleuze divide en «nivel del cuadro y nivel del plano movimiento» dos estructuras autónomas de construcción y de interacción con los mensajes (Deleuze, 1984, p. 27). Desde el campo de la psicología, Annie Lang define la complejidad del mensaje a partir de las demandas temporales de procesamiento para ejecutar de manera eficiente tres subprocesos consecutivos: codificación, almacenamiento y recuperación de la información (Lang, 1995). Los estudios empíricos que respaldan esta teoría sugieren la existencia de un posible vínculo entre las estructuras y patrones físicos del mensaje y su sentido significativo (Bolls & otros, 2001; Reeves & otros, 1999). En un contexto comunicativo específico esto puede representar, que si el emisor regula la activación significativa del mensaje podrá activar un nivel de atención en el receptor, necesario para seguir de forma correlacionada una cadena de localizaciones relevantes que le permitan descifrar el significado o sentido. La ejecución de este proceso constituye una fase previa a través de la cual el receptor logra decodificar y comprender un conjunto de rasgos relevantes del mensaje que lo conducen a descubrir su sentido. Este razonamiento es coherente con el planteamiento que defiende la adecuación de los discursos a las capacidades reales de percepción del individuo (Mitry, 2002, p. 474); entonces, sobre la base de una «coincidencia» entre emisor receptor, a través del mensaje, podrá decodificarse correctamente cualquier organización y, por tanto, extraerse de ella su significado exacto. No obstante, primeramente debemos encontrar el componente clave que nos conduzca al hallazgo de dicha coincidencia entre imagen y sonido.

### **6. Coherencia semántica**

La debilidad operativa de los conceptos de Secuencia, Escena, Plano y la necesidad por construir un procedimiento que

sea eficiente, independientemente del contenido particular del mensaje, nos lleva a reformular el concepto operativo y su naturaleza, a partir de un atributo que nos permite identificar y diferenciar claramente los rasgos visuales y sonoros de un segmento del mensaje en relación con otros conjuntos. Empleamos el concepto de *Coherencia Semántica*, entendida como una organización discursiva audiovisual relacionada ordenadamente y con sentido único y diferenciable. Así, tanto el flujo de la imagen como el del sonido configuran un Sistema Visual o Sonoro, respectivamente, delimitado a partir de su coherencia semántica y su relación/no relación con otros sistemas visuales y sonoros presentes en el conjunto de la narración audiovisual. Este concepto, permite unir en un solo conjunto los significados individuales que emanan del flujo visual y sonoro, de modo que la suma de ambos conlleve a un indicador coincidente que facilite su reconocimiento. Por tanto si aplicamos este concepto a la estructura del mensaje audiovisual tendremos que el:

#### SISTEMA SONORO se define como:

Un sonido o conjunto de sonidos organizados según rasgos acústicamente reconocibles, diferenciables y objetivables a partir de atributos formales, relaciones internas y características perceptivas que se distribuyen en el tiempo y en el espacio, cuya organización sistemática integral posee una coherencia semántica de sentido único y diferencial a partir de su relación directa o indirecta con la imagen sincrónica correspondiente.

<b>1</b>	<b>Sistema articulatorio del habla</b>	Conjunto de códigos que regulan y organizan sistemáticamente el discurso oral y su expresión a través de la voz.
<b>2</b>	<b>Sistema musical</b>	Conjunto de técnicas y procedimientos dirigidos a organizar sensiblemente una combinación de sonidos y silencios según cuatro parámetros: altura, intensidad, duración y timbre; utilizando los principios de la melodía, armonía y el ritmo.
<b>3</b>	<b>Sistemas primarios</b>	Sonido o conjunto de sonidos sin altura tonal ni diferenciación temporal

*Gráfico N° 1*

En el contexto de la narración audiovisual, el sonido se articula en tres tipologías según el grado de complejidad de la información expuesta:

<b>1</b>	<b>Sonido Simple</b>	Una construcción sonora perceptivamente reconocible.
<b>2</b>	<b>Sonido Compuesto</b>	Interacción simultánea o sucesiva de dos construcciones sonoras perceptivamente reconocibles como un conjunto integrado.
<b>3</b>	<b>Sistemas Complejo</b>	Interacción simultánea o sucesiva de tres o más construcciones sonoras perceptivamente reconocibles como un conjunto integrado.

*Gráfico N° 2*

#### Y el SISTEMA VISUAL se define como:

El conjunto de imágenes con coherencia semántica, diferenciable de otros conjuntos a partir de la objetivación de patrones perceptivos reconocibles, atributos formales, cuyas relaciones internas se organizan en el tiempo y en el espacio, manteniendo una relación directa o indirecta con el sonido. El flujo de la imagen móvil queda configurado por una gramática donde interactúan tres niveles de organización para construir el discurso de comunicación.

<b>1</b>	<b>Sistema articulatorio de las formas estacionarias</b>	Estructuras y elementos inmóviles.
<b>2</b>	<b>Sistema articulatorio de las formas dinámicas</b>	Objetos móviles y personajes de ubicación y dimensión variable.
<b>3</b>	<b>Sistema articulatorio de la representación por la mirada y la tecnología</b>	Movimientos de cámara, efectos especiales multipantalla.

*Gráfico N° 3*

La combinación de estas gramáticas nos da como resultado tres posibles formaciones del Sistema Visual que denominamos Imagen Simple, Imagen Compuesta e Imagen Compleja, respectivamente, por la presencia de un solo sistema o la coexistencia de varios sistemas de articulación compatibles o incompatibles con el sonido; así tenemos:

<b>1</b>	<b>Imagen Simple</b>	Definida por la presencia de un sistema visual
<b>2</b>	<b>Imagen Compuesta</b>	Definida por la presencia de dos sistemas visuales integrados en un solo conjunto y con un mismo sentido significativo.
<b>3</b>	<b>Imagen Compleja</b>	Definida por la presencia de tres o más sistemas visuales integrados en un solo conjunto y con un mismo sentido significativo.

*Gráfico N° 4*

## 7. Sistema de interacción emisor-mensaje-receptor

Seguidamente veremos cómo estos sistemas se insertan y comportan en la estructura de un proceso de comunicación. Para ello explicamos, desde esta perspectiva funcionalista, cómo se construye técnicamente el mensaje, qué criterios predominan y cómo el receptor procesa esta información.

### 7.1 Primera fase: construcción del mensaje por el emisor

En la primera fase el sujeto emisor decide iniciar un proceso de comunicación. Define en primer lugar la información que desea transmitir al receptor: Ej. Explicar un tema, un hecho, una historia, narrar la acción de un personaje, etc. En este momento define explícitamente una voluntad comunicativa y predetermina una pauta mediante la cual se configura el tratamiento audiovisual específico (forma de selección y disposición de los elementos del lenguaje) en busca de hacerlos consonantes con la intención comunicativa prevista. Este tratamiento se ejecuta a partir de tres criterios: Primero, mediante la organización discursiva según niveles de articulación del sistema audiovisual: disposición de estructuras visuales estáticas, móviles y complejas por acción de cámara; disposición de estructuras sonoras: perspectiva de los hablantes, música, efectos; Segundo, interacción entre formas visuales y formas sonoras y su adecuación en grados de complejidad y niveles de coherencia semántica. Tercero, coincidencia entre las cualidades semánticas significativas de las estructuras de la imagen y el sonido con rasgos perceptivos relevantes (cambios de intensidad, valores cromáticos de luminancia, contraste). Una vez realizado, el mensaje puede ser expuesto y visto, sin embargo, es necesario que el receptor haga explícita su voluntad de obtener información y decida establecer contacto con él mediante la experiencia cinematográfica.

### 7.2. El mensaje: confluencia de las intenciones del emisor y receptor

Los rasgos perceptivos diseñados y estructurados por el emisor deben ser lo suficientemente explícitos y reconocibles para que sean significativos y produzcan una coincidencia inmediata con la fijación de los sentidos del receptor en una actitud de búsqueda de información relevante que lo conduzcan hacia la comprensión del discurso. Este es, a nuestro entender, el núcleo del proceso de comunicación audiovisual, cuando los mecanismos atencionales del espectador se centran exactamente en uno o varios aspectos igualmente señalizados por el emisor.

### 7.3. Proceso de recepción

Cuando el espectador entra en contacto con el mensaje se produce un primer nivel de percepción básica donde nuestros sentidos de la vista y el oído entran en contacto con las energías del estímulo, pero son insuficientes para generar valor significativo para el receptor porque no son necesariamente atendidas. Si la información es relevante, llegará a activar nuestra atención, con lo cual se produce la coincidencia emisor-receptor. Si esto sucede, se activan los mecanismos encargados de decodificar la información entrante, mediante operaciones más complejas dirigidas a descifrar, por ejemplo, los códigos lingüísticos y semánticos del habla, los códigos de la construcción de imagen en movimiento, entre otros. Luego de esta decodificación sucede un tercer nivel de interpretación y síntesis de la información. En él se extraen uno o varios conceptos o significaciones, formando así una impresión semántica coherente, definitiva de toda la representación. Este viene a ser nuestro dictamen final acerca del significado del mensaje.

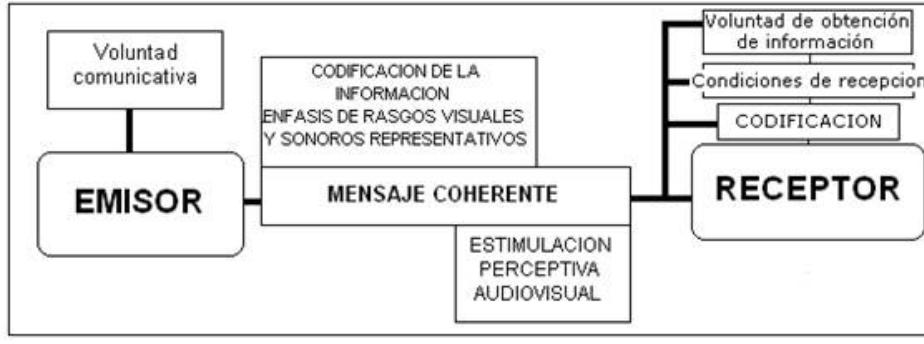


Gráfico N° 5

Si todas las fases del proceso se ejecutan de manera correcta tendremos un proceso de comunicación exitoso, demostrando que el receptor logró codificar la información de forma adecuada, en consonancia con la intención del emisor.

Puede observarse en el esquema cómo se lleva a término el recorrido que se perfila en el planteamiento teórico. El mensaje viene a constituir el punto de convergencia de un conjunto organizado de variables y atributos significativos (expresión narrativa discursiva) que sintetiza una unidad con valor comunicativo, en tanto se comporta a modo de «almacén» de una cadena de intenciones y prácticas previamente diseñadas por el productor de discurso. Dicha articulación ha de ser perfectamente compatible con las capacidades perceptivas y procesales del receptor. De existir un alto grado de compatibilidad, en una primera fase, el mensaje podrá activar un nivel de atención óptimo para la codificación de la información. Este requisito será suficiente para que el procesamiento de la información entrante sea satisfactorio y por tanto el receptor, si asume una actitud positiva hacia el mensaje, comprenda los puntos esenciales del discurso, del mismo modo como fueron diseñados por el emisor. Debemos mencionar, además, de acuerdo con el modelo, la importancia de las condiciones de recepción en la ejecución satisfactoria del proceso. Aun cuando la construcción semántica del sistema sea completamente coherente, esta no convierte en efectivo el mensaje, sino hasta que se presenten unas condiciones físicas espaciales de recepción: recinto de la exposición del mensaje, dimensiones, distancia y características del dispositivo de proyección o difusión, protocolo de interacción, apropiadas para hacer perceptivamente evidentes para los órganos sensoriales los rasgos del mensaje al receptor y alcancen, finalmente, un nivel de significación elevado.

## 8. Conclusiones

Este artículo ha efectuado una reflexión acerca de la vigencia de los conceptos básicos que definen la gramática y estructura de los discursos audiovisuales y su funcionalidad en los actuales nuevos procesos de comunicación dominados por la convergencia digital y la interactividad. Se ha formulado una propuesta teórica para el funcionamiento eficaz de los mensajes basada en la coherencia semántica audiovisual como punto de coincidencia entre las intenciones comunicativas del emisor y las localizaciones de la atención del receptor. Se han interconectado perceptivamente los dos ejes estables, significativos del discurso y se propone el concepto de Sistema Audiovisual como unidad coherente de expresión de significado. Esta propuesta permite detectar los elementos relevantes del discurso y permite cuantificar el nivel de complejidad de la información portadora en unidades formales. A partir de la integración de ambos factores, es posible diseñar mensajes con rasgos altamente reconocibles y concordantes con objetivos básicos de comunicación. Finalmente, consideramos que el modelo deberá ser contrastado empíricamente para comprobar su validez en diferentes entornos de actuación de los mensajes, en tanto, las plataformas tecnológicas y nuevos medios sobre los cuales se inserta el mensaje, plantea diferentes configuraciones, jerarquías y trayectorias de observación así como nuevas modalidades de interacción con los mensajes durante la etapa de recepción.

### Referencias:

- Bolls & otros. (2001). The effects of message valence and listener arousal on attention, memory, and facial muscular responses to radio advertisements. *Communication Research*, 28(5), 627-651.
- Bordwell, D. (2006). *El Arte cinematográfico: una introducción*. Barcelona, España: Paidós.
- Burch, N. (1998). *Praxis del cine Fundamentos*. Colección Arte. Serie Cine Madrid.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (2007). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Paidós.
- Consell de l'audiovisual de Catalunya (2006). [Informe sobre l'audiovisual a Catalunya](#).
- D'mytrick, H. (1986). *On film macking*. Focal Press, Boston. EUA.
- Deleuze, G. (1984). *Estudios sobre cine*. Barcelona, España: Paidós.
- Instituto de Investigaciones GFK. Estadística de venta de receptores de TDT en España. Fuente Impulsa TDT <http://www.impulsatdt.es/observatorio/>
- Lang, A. (1995). The Effects of Emotional Arousal and Valence on Television Viewers' Cognitive Capacity and Memory. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, V.39 N.3, 313-327.
- Levy, S. & Nebenzahl, I. (2006). Programme involvement and television behaviour in interactive television. *International Journal of Advertising*, vol. 25, N° 3, 309-332.
- Martin, M. (1990). *El lenguaje del cine*. Barcelona, España: Gedisa.

- Mascelli, J. (1998). *Los cinco principios básicos de la cinematografía. Manual del montador de cine*. Barcelona, España: Bosh.
- Metz, C. (2002). *Ensayos sobre la significación en el cine*. Col.Cine; 133, Barcelona, España: Paidós
- Mllerson, G. (2001). *Realización y producción en televisión*. 4<sup>a</sup>, Madrid, España: IORTV.
- Mitry, J. (2002). *Estética y psicología del cine*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Prado, E. & Franquet, R. (1998). Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución, en *Zer Estudios de Comunicación* N° 4.
- Quinquer, L (2001). *El Drama de escribir un guión dramático*. Barcelona, España: Plaza & Janés.
- Reeves, B. & Otros (1999). The effects of screen size and message content on attention and arousal. *Media Psychology*, 1, 49-67.

#### [Luis Fernando Morales Morante](#)

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima (Perú). Desde 1998 se dedica a la docencia universitaria en las titulaciones de Ciencias de la Comunicación en las Universidades: San Martín de Porres, Federico Villarreal e Inca Gracilazo de la Vega, en Lima Perú. Actualmente es doctorando, investigador y Profesor del Departamento de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona. Acreditado como Profesor Colaborador por la Agencia Nacional de la Calidad Académica (ANECA), España.



© Derechos Reservados 1996- 2008

Razón y Palabra es una publicación electrónica editada por el  
Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.