

do en cuenta sus intereses reales, sus prioridades, sus necesidades materiales, su percepción de la realidad. Los medios con los cuales llegar a cada público también deben ser diferentes: por ejemplo, la televisión puede ser más adecuada para las zonas urbanas mientras que la radio puede serlo en las zonas rurales, y los periódicos pueden ser la mejor manera de llegar a los formadores de opinión. Esto exige conocer y manejar las técnicas que utiliza cada medio para garantizar la cobertura de las cuestiones de gobierno.

- Calendario y cronograma de actividades: Idealmente, cada actividad de comunicación debe ser programada en un calendario, con su debida fecha de inicio y finalización, en el cual se debe identificar a los responsables de cada una. La comunicación de gobierno puede estructurarse en gran parte en función de fechas clave como la apertura de las sesiones ordinarias del Congreso de la Nación, la presentación anual del presupuesto, o las fechas patrias en ocasión de las cuales el gobierno deberá hablar en actos públicos al país. Cada sector de la administración pública puede tener además su propio calendario, por ejemplo, el ministerio de salud tendrá su calendario con las fechas de lanzamiento de las campañas de vacunación, de inauguración de hospitales, o los días mundiales de prevención de ciertas enfermedades, etc. Estos son momentos en los que la prensa requerirá a los funcionarios y sus asesores información complementaria sobre las acciones que comunican y que requiere un conocimiento exhaustivo de las políticas y los programas que se están llevando a cabo a fin de aportar datos corroborantes como cifras, porcentajes y otros datos relevantes que refuercen el mensaje.

- Control y evaluación: Como en cualquier planificación, se deben incorporar indicadores que permitan evaluar el éxito de la estrategia de comunicación y comparar la situación previa a la implementación de dicha estrategia con la situación actual. Estos indicadores deben permitirnos detectar las desviaciones que se hayan producido como consecuencias de modificaciones no previstas ya sea en el entorno o en los públicos objetivo para poder efectuar las correcciones pertinentes.

### Conclusión

En este artículo, hemos intentado dar cuenta de la importancia de este tipo de comunicación, así como de algunos de sus aspectos más importantes. En la actualidad está claro que los buenos resultados de cualquier gobierno ya no sólo dependen de la implementación de políticas públicas viables y eficaces, sino también de una oportuna difusión entre la ciudadanía a través, si se quiere obtener su apoyo y generar consenso. La comunicación de gobierno que, junto con la “comunicación de campaña” o “electoral”, ha cobrado tanta importancia durante los últimos veinte años es vital para alcanzar este objetivo, así como también para dotar a la gestión pública de transparencia, y cumplir así con el deber de toda república de dar publicidad a los actos de gobierno.

### Referencias bibliográficas

- Gerstlé (2005). *La comunicación política*. Santiago de Chile: Ediciones Lom.
- Gingras, Anne-Marie. “El imp. acto de las comunicacio-

nes en las prácticas políticas”, en Gauthier, Gilles y otros (1998) *Comunicación y Política*, Barcelona: Gedisa.

- Noguera, Felipe, “La Campaña Permanente”, en Izurieta, Roberto; Perina, Rubén; Arterton, Christopher (compiladores); *Estrategias de Comunicación para Gobiernos* (2009) Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

- Norris, Pippa (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in PostIndustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Riorda Mario, “Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso”, en Elizalde Luciano, Fernández Pedemonte, Damián y Riorda Mario, Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2006.

- Sartori, Giovanni (2000). *¿Qué es la democracia?* Buenos Aires: Taurus.

- Vega, Hannia, “La comunicación de gobierno e Internet”, en Izurieta, Roberto; Perina, Rubén; Arterton, Christopher (compiladores); *Estrategias de Comunicación para Gobiernos* (2009) Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

- Shaw, Eugene, “Agenda Setting and Mass Communication Theory”, en *Gazette, International, Journal of Mass Communication Studies*, 1979, Vol. XXV, Nº 2.

## Identificación de los géneros audiovisuales a partir de rasgos sonoros

Luis Fernando Morales Morante

El reconocimiento de los discursos audiovisuales está determinado por la estabilidad de ciertos patrones y estructuras directamente asociadas con intenciones o efectos de comunicación. Esta relación entre los atributos físicos del mensaje y su función comunicativa específica define el género como entidad narrativa propia y permite a su vez reconocerlo y diferenciarlo de otros géneros. En la presente investigación se efectúa un análisis de dos variables acústicas relevantes: intensidad y ataque sonoro, en una muestra de 51 clips de video de tres géneros audiovisuales y se comprueba que los cambios físico-perceptivos de la intensidad del sonido predominan en el género Suspense/Sorpresa a diferencia del Drama y las Noticias, que poseen una estabilidad mucho mayor en su estructura sonora integral. El ataque sonoro, por su parte, no se asocia directamente con alguno de los géneros elegidos. El análisis y los resultados apuntan a que el cambio estimular de la intensidad del sonido modela una representación perceptiva de la estructura narrativa de las secuencias según el género, relacionada directamente con la activación de estados emocionales o la claridad y el desarrollo fluido de los discursos.

### Introducción

Los géneros audiovisuales se definen a partir de un conjunto de reglas (Wolf: 1984, 189), patrones de construcción y reconocimiento (Barroso: 2002, 189), establecidos social y culturalmente desde los orígenes de la literatura oral y del teatro griego. Pese al crecimiento de la oferta de medios y la diversificación de formatos, los géneros continúan definiéndose sobre la base de unos

patrones y convenciones narrativas, empleando estructuras de comunicación comunes entre el emisor y el receptor. Según Orza, estas convenciones organizadas sistemáticamente alcanzan una voluntad comunicativa, según «rasgos de estabilidad y previsibilidad de la forma y del contenido» (Orza: 2001, 147) organizadas según ciertas leyes (Balsebre: 1994, 18). Es a partir de la firma de este «contrato mediático» entre emisor y receptor que se produce el encuentro de ambos durante el evento comunicativo.

### La estructura de los discursos y su tratamiento sonoro

Desde el punto de vista productivo, el diseño de la estructura del mensaje se define en la preparación del guión. Michael Chion se refiere al paradigma ternario, en alusión al modelo griego de Presentación-Nudo-Desenlace, como patrón del ordenamiento de los acontecimientos que forman el drama (Chion: 2001, 148). En las noticias se definen dos niveles de ordenamiento de la información: la Macro estructura: Coherencia semántica global y la Micro estructura: Coherencia sintáctica (Huertas & Perona: 1999, 35). La estructuración de los discursos audiovisuales se ha centrado también fuertemente en torno al montaje. El Montaje Narrativo se relaciona con la lógica, sucesión ordenada y coherente de las imágenes y sonidos, respetando el *raccord* o la continuidad que las interconecta y genera su sentido (Amiel: 2005, 27; Mitry: 2002, 426; Martin: 1990, 144; Balasz: 1987, 91). El Montaje Expresivo, por su parte, interviene en un segundo nivel de construcción de significados, más complejos, simbólicos, dirigidos a incentivar una actividad intelectual más elaborada o estados emocionales concretos en el espectador (Balasz: 1987, 91; Martin: 1999, 145). Pero antes que nada, el discurso audiovisual mediatizado no es otra cosa que la fusión de una sustancia sonora y otra visual que discurre en el tiempo y que físicamente queda representada ante la mirada del espectador por un conjunto de valores perceptivos y aparentemente perceptibles contenidos en el mensaje: intensidad del sonido, ataque, duración del fragmento, rasgos cromáticos y de intensidad visual, etc.; los cuales reproducen una realidad, a un determinado modelo creativo de puesta en escena concordante con una o varias intenciones de comunicación. Para que un proceso de comunicación sea exitoso y finalmente, la información se logre transmitir correctamente, el receptor deberá deducir del mensaje el mismo significado que el emisor intentó plasmar con su organización y disposición intencional de fragmentos de imagen y sonido.

Cuando nos exponemos frente a un mensaje nuestro sentido auditivo discrimina primeramente las señales sobre la base de nuestra configuración y sensibilidad perceptiva a determinadas ondas y características contenidas en el estímulo. La noción de umbral de audición, representa un primer nivel mediante el cual el oído efectúa un reconocimiento de las vibraciones que discurren en el medio ambiente. Dichas señales pasan a ser reconocidas y asociadas en el marco del conjunto del flujo sonoro y visual, en el *continuum* de la experiencia cinematográfica. De este modo, nuestro sistema de procesamiento obtiene uno o varios patrones de signifi-

cación, tanto de lo extraño directamente del mensaje, como por el ensamble de dichos datos con nuestros patrones culturales previamente conocidos y almacenados en la memoria. Sin embargo, nuestro sentido auditivo está más habituado a la percepción de fenómenos sonoros dotados de estabilidad y equilibrio en su forma y la variación repentina de las oscilaciones sonoras puede interpretarse por ejemplo como:

1. Un cambio o una transformación significativa en el desarrollo del discurso, deducido por la modificación sensible de los rasgos sonoros asociados a la voz de los personajes, objetos y ruidos previamente identificados y reconocidos por el oyente.
2. El ingreso de un sonido nuevo con diferente forma que sustituye al anterior formando una nueva cadena significativa.
3. El ingreso de uno o varios sonidos nuevos que se superponen con el sonido previo formando un conjunto perceptivo multidimensional, semánticamente más complejo.

No obstante, raramente los mensajes audiovisuales emplean sonidos de una sola fuente para comunicar. Habitualmente la banda de una película o un programa de televisión articula simultáneamente dos o más subsistemas sonoros: voz, música, efectos, silencio y los relaciona intencionalmente con un fin narrativo o expresivo específico. De acuerdo a las teorías del procesamiento de la información (Lang: 2000), esta articulación compleja complica la decodificación de la información. Sin embargo, la disposición lógica y ordenada de las diferentes sustancias sonoras cuando se integran generan una coherencia semántica perfectamente reconocible que facilita el proceso de identificación y reconocimiento de la información expuesta. Los psicólogos cognitivistas relacionan estos cambios e interacciones sonoras con respuestas asociadas con la activación emocional o el incremento de recursos de atención y el recuerdo de los mensajes.

### Cambios perceptivos e intenciones de comunicación

Uno de los procedimientos más empleados por los realizadores de películas y videos para señalar el cambio de acción entre las secuencias y al interior de las escenas es el choque perceptivo. La impresión de cambio se genera por el ingreso inesperado de una información nueva mediante un corte brusco entre dos sonidos o por la anticipación del sonido respecto de la imagen. A este último procedimiento se le denomina *Audio Split* u *Overlapping*. Según diferentes autores, estas técnicas se emplean para controlar las reacciones emocionales del espectador, mantener la atención por el discurso y activar una transición fluida para ingresar a un nuevo espacio de la acción: (Chion: 1998, 46; Durand: 1993, 127). Este poderío del montaje solamente no solo se reseña a nivel empírico sino que constituye un valor recurrente de los diferentes modelos teóricos a lo largo de la historia de la cinematografía. Eisenstein, por ejemplo, define el montaje colisión, como método basado en la oposición de los rasgos y características de los fragmentos (Eisenstein: 1999, 43). En esa misma línea Pudovkin y Amo, formulan también sendas

tipologías de Montaje de contraste, a partir del cambio perceptivo entre las escenas (Pudovkin: 1957; Amo: 1972, 262). Ziga Vertov, en su teoría del Cine Ojo se refiere concretamente a la existencia de una correlación de estímulos visuales: luces y sombras, que intervienen directamente en la construcción de la cadena de significación de la película (Vertov: 1984). Rudolf Arnheim propone una clasificación basada en el contraste de formas entre las escenas y en el interior de las escenas (Arnheim: 1986, 72). Aun cuando la gran mayoría de estas formulaciones han sido creadas en la etapa del denominado cine mudo (mejor dicho, cine sin sonido directo), y por tanto se ciñen preferentemente a las relaciones/oposiciones entre los atributos visuales de la película, definen claramente una estrategia asociativa y relacional basada en impulsos estimuladores para mejorar las capacidades comunicativas de los discursos. Estas formalizaciones basadas en el cambio lamentablemente no han sido contrastadas empíricamente por los estudiosos del cine, pero sí por los psicólogos dedicados a estudiar la atención, el rendimiento de la memoria y la reacción en contenidos televisivos.

### **Cambio y activación de respuestas**

La Respuesta de Orientación (Ohman: 1997, 1979) es una reacción reactiva o racional del individuo ante los estímulos percibidos. La medida de la respuesta depende del tamaño, los atributos y el grado de disparidad que existe entre la información que activa y antecede al segundo estímulo. Si el cambio es reducido o poco significativo, genera un estímulo de señal, de naturaleza racional, relacionado con el aumento de recursos de atención y la comprensión de la información. Contrariamente, los estímulos de activación emocional poseen una significación que se atribuye más bien procesos innatos o reactivos. Sucede cuando, por ejemplo, irrumpe un elemento nuevo, extraño que contradice las expectativas y la lógica previsible de los acontecimientos, generando una reacción prácticamente instintiva.

### **La sorpresa como respuesta relacionada con el cambio**

Estas modalidades de Respuestas de Orientación son muy similares a la dinámica dramática de los géneros audiovisuales y por ende, han de definir un patrón análogo para la estructuración del sonido en aras de alcanzar unos objetivos de comunicación coherentes con las leyes del género. La periodicidad con la que se producen los acontecimientos de las historias define por tanto un diseño intencional y dosificado de estimulaciones sorpresivas, moderadas y leves empleadas para crear una tensión que favorezca el seguimiento atento de las historias. Los psicólogos definen la sorpresa como una impresión breve causada por la aparición de un acontecimiento repentino (Reeve: 1994, 383) nuevo o extraño, debido a un cambio notorio en la lógica y continuidad de los acontecimientos (Wiener & Graham: 1984). Es un estado breve que se transforma inmediatamente en otra emoción: sorpresa-alegría, sorpresa-miedo, sorpresa-temor, sorpresa-felicidad etc. La sorpresa, entonces, activa un nivel de alerta y de asignación de recursos que cognitivamente sirven para afrontar exitosamente nuevos acontecimientos, concentrando los esfuerzos en el

análisis e interpretación del evento sorprendente; así:

1. Los momentos claves del discurso suelen incluir choques perceptivos intencionales provocados por cambios súbitos de intensidad de la imagen y/o el sonido para atraer la atención del espectador en ciertos momentos del mensaje.
2. La construcción de atmósferas visuales y/o sonoras propicias para generar suspenso, intriga o sorpresa de modo unívoco, puede activar estados emocionales de tensión o ansiedad y ocurren como antesala para la aparición de elementos nuevos, aumentando el efecto perceptivo por novedad.
3. La estabilidad en los patrones estimuladores, por el contrario, favorece el seguimiento lineal de los discursos, por tanto es más habitual en discursos audiovisuales orientados preferentemente a la transmisión de contenidos de complejidad variable, tal como ocurre en las historias dramáticas y las noticias.

### **Hipótesis de trabajo**

A la luz de la reflexión teórica formulamos nuestras dos hipótesis de trabajo, las cuales nos servirán de patrón guía para la formulación de las variables y el método específico para su análisis instrumental.

H1. Si la intención comunicativa de los clips etiquetados como Suspenso/Sorpresa es prioritariamente asustar al espectador, habrá choque perceptivo, por tanto, los cambios de intensidad del sonido y ataque sonoro en los momentos entre escenas serán elevados.

H2. Contrariamente, si la intención comunicativa en el Drama y las Noticias, es transmitir con fluidez y claridad la información o no desencadenar choques estimuladores severos, entonces, en ambos géneros el cambio de la intensidad del sonido y ataque sonoro será leve o poco significativo en el cambio de escenas.

### **Análisis acústico y visual. Muestra de videos y herramienta de análisis**

51 clips de tres géneros diferentes y distribuidos de forma proporcional (17x3): 17 de Suspenso/Sorpresa, 17 de Drama y 17 de Noticias. Ubicados, seleccionados mediante el buscador Yahoo Videos y etiquetados por géneros en base a las fichas técnicas de sus directores y/o la información suministrada en la página web que lo mostraba. Las Noticias por su parte se seleccionan de informativos estelares emitidos para el territorio español. El análisis se realiza utilizando la herramienta informática Praat. El programa muestra una representación visual en tiempo real de los valores de intensidad del sonido, de modo que pueden localizarse y anotarse de manera sencilla los datos correspondientes a las variaciones. Los resultados se muestran en gráficos exportables al formato compatible para ser exportado directamente al SPSS para el análisis estadístico.

### **Variables del análisis**

#### **Variable 1: Cambio de la intensidad del sonido**

Los cambios del sonido reflejan la trayectoria y evolución dinámica de los mensajes audiovisuales en el tiempo. El nivel del cambio es un indicador clave para identificar la presencia de estructuras expresivas definidas a partir de las variaciones relevantes de la oscilación y su

relación con las intenciones de comunicación dominantes en los géneros.

- Descripción de la variable: Registra el valor de la variación de la intensidad del sonido en el momento en la transición sonora entre dos escenas al interior de un mensaje audiovisual.

- Utilidad: Definir un valor estimular exacto asociado con el cambio del sonido durante el cambio entre dos escenas.

- Valores: Decibelios.

### Variable 2: Ataque sonoro

La transición entre dos estructuras sonoras no siempre es inmediata y el lapso que separa a ambos afecta perceptivamente nuestra impresión mental del suceso. De acuerdo con la teoría revisada, la conexión entre dos acontecimientos sonoros expuestos puede incrementar el efecto del cambio de intensidad y por consiguiente la respuesta emocional del fenómeno percibido. Contrariamente, un ataque sonoro más largo definirá una estructura relacional más lenta o transicional, favoreciendo más a las tareas interpretativas y cognitivas. Es probable, por tanto, que este diseño sea más habitual en las noticias y menos frecuente en los filmes de suspenso/sorpresa. A partir de este razonamiento formulamos la segunda variable de nuestro análisis de la siguiente manera:

- Descripción de la variable: Tiempo que separa el instante final del punto de intensidad más bajo de la caída del primer sonido con el punto de intensidad más elevado del ataque del inicio del segundo sonido de dos escenas relacionadas.

- Utilidad: Obtener un indicador del tiempo de la transición del sonido entre dos escenas.

- Valores: Fracciones de segundo

### Procedimiento

Una por una, la sección del sonido correspondiente a cada clip fue extrayéndose del archivo matriz en formato .wav creándose un archivo nuevo para cada una de las selecciones. Cada archivo se etiquetó con un número. Primero, se efectuó la reproducción mediante la herramienta informática *Praat*, señalizándose el momento del cambio de intensidad y el ataque del sonido. Fueron registrados separadamente los valores de ambas variables en cada clip seleccionado. Los datos fueron transcritos en una hoja de cálculo compatible con el programa SPSS para el posterior análisis estadístico.

### Resultados y discusión

#### Variable 1: Variación de la intensidad del sonido

En los clips de Suspenso/Sorpresa el valor medio de variación de intensidad asciende a 20,5db, mientras que en los etiquetados como Drama de 13,2 y en Noticias del 13,0db. El valor más elevado también se encuentra en un clip de la categoría suspenso/sorpresa y posee un incremento de 39,6db. En el Drama el valor mínimo es de 1,6db y el máximo 21,9db. 11 clips de un total de 17 de esta categoría poseen una variación menor a los 10db. En las Noticias la variación es también significativamente menor con relación a la tipología de Suspenso/Sorpresa. El valor más elevado alcanza los 12,6db. Solo

2 videos superan los 10db y el 52% del total registra intensidades inferiores a los 5db. Pueden distinguirse similitudes entre los patrones del cambio sonoro de las noticias con algunos casos del Drama.

#### Variable 2: Ataque sonoro

En los clips de Suspenso/Sorpresa se advierte un ataque más duro coincidentemente en los casos donde se producen cambios más elevados de intensidad. Por ejemplo, los clips 3 y 12, que presentan incrementos mayores a 20db, poseen un ataque de 0,15 y 0,19s, respectivamente. En los dos casos donde se registra un cambio de intensidad de la música (Clips 10 y 13) el ataque es de 0,15s. Los valores moderados están preferentemente asociados a los casos de Drama, en contraposición a las Noticias y Suspenso/Sorpresa. En las Noticias, por su parte, la media llega a los 0,83s. Este dato asoma una tendencia predominante de ataques blandos en este género. Sin embargo, el hecho de que técnicamente el instrumento registre estos tiempos, no necesariamente quiere decir que exista una tendencia o un tratamiento expresivo intencional de los realizadores, sino más probablemente presencia e intento de resolución técnica de una contingencia o simplemente un error operativo del montador de la pieza.

### Conclusiones

1. El análisis acústico de videos nos ha permitido advertir la presencia de dos tipologías comunicativas basadas en el cambio de las sustancias sonoras que forman el mensaje:

- Tipología Expresionista: Posee cambios moderados y elevados de intensidad del sonido. La sustancia sonora provocadora del cambio es variable: efectos, la música, gritos humanos y en menor medida la voz de habla natural. Se asocian pocos elementos y se conduce al receptor a una identificación inmediata de «la causa» o del objeto sonoro desencadenante del efecto del cambio. Se advierte la existencia de un instante de silencio y/o una disminución muy pronunciada de la sección final del primer sonido que acrecienta el cambio del estímulo. Esta estructura puede generar un impacto y estar asociada con la activación emocional de susto o sorpresa del receptor. Los clips tipificados como suspenso/sorpresa y algunos clips de Drama poseen mayoritariamente esta estructura de cambio.

- Tipología Naturalista: El sonido define un orden sucesivo, concatenado y con rasgos similares en ambos sistemas sonoros. Mantiene también un nivel de concordancia con la imagen. Dicha organización favorece a una lectura lineal y organizada donde se alternan principalmente voces diferentes pero relacionadas por un patrón semántico coherente. Frecuentemente existe un intervalo breve de silencio que separa ambos sonidos y reproduce la pausa natural del habla del personaje, con lo cual ambos fragmentos quedan automáticamente interconectados entre sí. Este tratamiento es muy característico en Noticias y medianamente frecuente en los videos de Drama.

2. La tipología mixta del Drama: Los videos tipificados como Drama no son exclusivamente naturalistas, se distinguen casos donde también hay distintivos propios

de la tipología expresionista. Esto se advierte porque el mensaje impulsa intenciones comunicativas diversas: Ej. Mostrar acciones, cambios de actitud, estados anímicos. Es decir, información dotada de carga informativa y carga afectivo-emocional, por ello, la estructura sonora suele definirse según unas intenciones específicas, variables según la pieza y el tratamiento propio del realizador.

3. El Ataque sonoro: Que en un inicio parecía tener una ligazón importante con la intensidad en la impresión del cambio estimular, tiene una presencia desigual, distribuida en los tres géneros analizados. Incluso algunos casos de Noticias presentan los valores más elevados. Sin embargo la evidencia de una correlación directa entre el cambio de intensidad y el ataque en dos clips Suspenso/Sorpresa, constituye un dato importante que podrá estudiarse posteriormente en una muestra más amplia y diversa de casos.

En estos dos gráficos pueden apreciarse claramente las diferencias en la estructura sonora de dos videos. Nótese como en el primero (clip de Suspenso/Sorpresa), la estructura muestra un descenso de la intensidad del primer sonido, un aumento brusco de la intensidad del segundo, una pausa muy breve y una forma de onda discontinua que refleja la presencia de elementos sonoros diferentes en ambas secuencias. En el segundo caso (clip de Noticia), los dos sonidos son voces, no hay cambios significativos, por lo cual, muestran una forma de onda bastante semejante que las interconecta por una breve pausa (marca en color rosa) que unifica en un solo conjunto ambas sustancias.

El presente artículo ha planteado los ejes centrales de una reflexión acerca de la influencia de la intensidad y el ataque sonoro en la construcción de patrones discursivos relacionados con efectos distintivos característicos de los géneros audiovisuales. Se han delimitado dos posibles tipologías asociadas a partir de la localización y organización de patrones de los subsistemas sonoros formantes. No obstante, estos resultados son indiciarios y dejan una serie de preguntas que posteriormente deberán ser investigadas y contrastadas mediante nuevos análisis utilizando una muestra más amplia de videos, incorporando nuevas variables sonoras y poniendo a prueba una nueva variable que relacione al sonido con la imagen como conjunto significativo. Ambas hipótesis se cumplen de manera parcial. La intensidad es relevante y predomina en la modelización del género, pero el ataque sonoro solo queda directamente asociado a unos pocos casos no representativos con relación a la totalidad de la muestra de videos analizados. Finalmente, una línea de investigación importante, una vez profundizado el análisis de las piezas con un corpus más amplio, es probar experimentalmente el efecto de estos valores en un grupo de espectadores, de esta manera, tendremos un indicador real de la influencia de estos rasgos estímulares del sonido e ingresaremos así a una etapa más avanzada del análisis descriptivo y acústico de las piezas en el laboratorio.

## Referencias bibliográficas

- Amiel, V. (2008). *Estética del montaje*. Madrid: Abada.
- Amo, A. (1972). *Estética del montaje*, Madrid.
- Arnheim, R. (1980). *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Balazs, B. (1978). *El Film: Evolución y esencia de un arte nuevo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Balsebre, A. (1994). *El Lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- Barroso Garcia, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis S.A.
- Chion, M. (2001). *Cómo se escribe un guión*. Madrid: Cátedra.
- Chion, M. (1998). *La Audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós.
- Durand, P. (1993). *Cinéma et montage un art de l'ellipse*. Paris : Editorial 7Art.
- Eisenstein, S. (1999). *La forma del cine*. Madrid: Siglo XXI.
- Huertas & Perona (1999). *Redacción y Locución en los medios audiovisuales*. Barcelona: Bosh.
- Lang, A. (2000): *The limited capacity model of mediated message processing*. Journal of Communication, 50(1), 46-70.
- Martin, M. (1990). *El lenguaje del cine*. Barcelona: Gedisa.
- Mitry, J. (2002). *Estética y psicología del cine*. Madrid: Siglo XXI.
- Ohman, A. (1997). *As fast as the blink of an eye: Evolutionary preparedness for preattentive processing of threat* In P. J. Lang, R. F. Simons, & M. Balaban (Eds.), *Attention and orienting: Sensory and motivational processes* (pp.165-184). Hillsdale, NJ: Erlbaum.1997.
- Ohman, A. (1979). *The orientations response, attention, and learning: An information-processing perspective*. In H. D. Kimmel, E. H. Van Olst, & J.F. Orlebeke (Eds.), *The orienting reflex in humans* (pp.43-472). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Orza, G. (2001). *Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo*. Tesis Doctoral, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Pudovkin, V. I. (1957). *Lecciones de cinematografía*. Madrid: Rialp.
- Reeve, J. (1994) *Motivación y emoción*. 2a ed. Madrid: McGraw-Hill.
- Vertov, D. (1984). *Kino-Eye: The Writings of Dziga Vertov*. Ed. Annette Michelson, Trans. Kevin O'Brien. Berkeley: University of California Press
- Vilches, L. (1995). *La Lectura de la imagen: prensa, cine, televisión*. 6ª ed. Barcelona: Paidós.
- Weiner, B., & Grahani, S. (1984). *An attributional approach to emotional development*. In C. E. Izard, J. Kagan, & R. B. Zajonc (Eds.), *Emotions, cognition, and behaviour*, Cambridge University Press.
- Wolf, M. (1984). *Géneros y televisión* Revista Anàlisi, 9, 189-198, Departament de Periodisme, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.