

4

**EL DISCURSO VIDEOCLÍPTICO
DEL CONSTRUCTO NARRATIVO
A LA FORMACIÓN IDEOLÓGICA**

*Verónica Elizalde Carrillo
Lucila Santomero
Diego Emanuel Suárez*

"Somos cuentos contando cuentos..."

Ricardo Reis

Si no prestáramos atención a las pantallas, podríamos pensar que se trata de una emisora de FM. Pero en la cantina de la Facultad de Humanidades, un televisor apunta al noroeste y otro al sureste, y ambos están sintonizados en un canal que emite aproximadamente tres videoclips cada diez minutos, sazonados con *spots* publicitarios y *VJs* gesticulosos. Por más que pretendamos ignorarlos, en algún momento una palabra, una melodía, un ritmo o la simple curiosidad nos hará levantar la cabeza para conectarnos con el festín semiótico que se celebra en ellos.

Para varios autores (García Canclini, 1992; Pérez-Yarza San Sebastián, 2000; Leguizamón, 1998; Sarriguarte Gómez, 2003; Audubert, 2003; Villagrán Fernández, 2003; *et al.*) el videoclip constituye uno de los textos audiovisuales más representativos de la cultura posmoderna, ubicada en una sociedad de masas caracterizada como mediática, consumista y multimedial.

1. MEMORIA CREADORA

A mediados de la década del '50 —época del surgimiento del *rock and roll*—, el *single* o simple era un pequeño disco de vinilo, de 45 o 33 $\frac{1}{3}$ RPM, que incluía una canción en cada lado. Lo que se estilaba dentro del mercado musical era lanzar un *single* promocional con el fin de abonar el terreno de consumo, y si la canción llegaba a obtener un éxito considerable, se concretaba la grabación de un LP del intérprete. Para mencionar un ejemplo representativo: en diciembre de 1962 el grupo británico The Beatles grabó el simple "Love me do", que le valió al grupo la publicación de su primer LP, *Please please me*, y el inicio de la Beatlemania.

En 1975 el director Bruce Gowers y Freddy Mercury realizaron para el grupo británico Queen el primer videoclip de la historia, *Bohemian Rhapsody*, cuya difusión favoreció a consolidar el éxito popular y comercial del grupo. A partir de este fenómeno, en el mercado musical el *single* fue paulatinamente desplazado como formato promocional por el videoclip. Como corolario, en la

actualidad, existen canales de cable como CM, MTV y Much Music, abocados casi exclusivamente a la emisión de videoclips.

Música, palabras, discontinuidad, transtemporalidad, dialogía, dramatización, denuncia social, posproducción, marketing, tinturas, apología, yuxtaposición, valor de cambio, moda, fugacidad, hibridación, estroboscopia, diégesis, son, según los estudiosos, algunos de los hilos que se entretajan y que dan como resultado la textura multidimensional del videoclip. Leguizamón (*ob. cit.*) cita al respecto:

“Robert Pittman, ejecutivo de Time Warner Inc. y creador de la red MTV, en un breve artículo publicado por *The New York Times* y *Clarín* [...] argumenta que este ‘lenguaje multidimensional’ es correlativo a las generaciones que crecieron con la televisión –los ‘TV babies’– en tanto han desarrollado un modo de percepción y procesamiento de la información de diferentes fuentes ‘casi en forma simultánea’ [...]; y además los involucrados en la generación post-TV ‘parecen poder percibir (...) a través de impresiones sensoriales (...) pueden leer una imagen o comprender el lenguaje corporal con una sola mirada’. Un video musical puede comunicar ‘una actitud, no solamente cuestiones, a través de poderosas imágenes’ [...]”.

De acuerdo con estas palabras, el fenómeno de la recepción y producción de un videoclip involucra modos específicos de percepción y procesamiento de la información, competencias que –como todas– son adquiridas a través de la praxis: el juego clíptico se aprende a jugar, jugando. Pero no es un entretenimiento inocente: al comunicar “una actitud, no solamente cuestiones, a través de poderosas imágenes”, el clip se configura como la puesta en escena de un *hacer-ver* que deviene un *hacer-ser* referido a configuraciones de identidades juveniles (cfr. Leguizamón, *ob. cit.*). De este modo, podemos decir que el videoclip se presenta como un fenómeno que excede su finalidad mercantil: es un tipo de enunciado en el que se materializan determinadas formaciones ideológicas. Más adelante volveremos a esta cuestión.

2. ROCK EN EL AULA

En la hora de música, con los alumnos de 7º año, analizamos la canción “Una nueva noche fría” del grupo Callejeros. Con la transcripción de la letra en mano, la escuchamos por primera vez, y noto que todo el grupo de alumnos se la sabe de memoria, por lo que me atrevo a preguntarles enseguida de qué habla la canción. Profundo silencio. Luego de varias preguntas tirabuzón, uno de los alumnos dice que la canción habla de una noche fría... en fin, algo es algo. Pero me llama poderosamente la atención que la conozcan de memoria sin saber lo que están cantando; ¿caso Deleuze y Guattari (1990) tenían razón al afirmar que “lo ilimitado de la significancia ha sustituido al signo”?

Continuamos nuestra mayéutica musical: ¿por qué les gusta?, pregunto; las respuestas son: por el ritmo... por la melodía... no sé... qué se yo...; ¿qué es lo que les llama la atención de la canción? La respuesta general es no sé; ¿saben a qué disco pertenece la canción? ¿Tienen el CD *Presión*? (Sólo uno de los veinte alumnos afirma tener el CD); ¿dónde la escuchan? En programas de televisión... en la radio...; ¿de qué año es la canción? No sé... no sé. (Me pregunto: ¿caso no les interesa saber nada acerca de lo que escuchan?)

En una segunda audición la consigna es que mientras escuchan y cantan sobre la grabación se concentren en el texto, tratando de comprenderlo. Al finalizar la escucha varias manos se levantan para comentar sus interpretaciones. Las respuestas dadas varían: algunos detectan por lo menos de qué se trata y otros siguen repitiendo sólo el título de la canción: ... habla de una noche fría. Las carcajadas festejan los comentarios desopilantes, y un silencio atento premia las lecturas serias. Al hallarme con tantas respuestas dispares, les pregunto: al final, ¿escuchamos todos la misma canción? Yo lo digo en serio, pero ellos se ríen como si hubiera dicho un chiste.

Tras una tercera audición, nos ponemos a trabajar en un contenido específico del área: la forma musical. Detectamos las partes de la canción (Introducción, Estrofas, Estribillo, Interludios) y los instrumentos utilizados en la misma. A continuación, nos detenemos a escuchar la voz del cantante y casi todos concordamos en que no es un timbre muy agradable. Para terminar, les pregunto si conocen la historia del grupo y su discografía. Veo que en general no; sólo

uno de ellos recuerda que Callejeros tiene que ver con algo de Cromañón (*sic*), pero no sabe explicar de qué se trata.

Finalizamos la clase conversando acerca de las nuevas interpretaciones que resultaron de haber analizado la letra y la música. Luego de cantar la canción, les pido como tarea que traigan información sobre la historia y la discografía del grupo, para así situar la canción en su contexto histórico y social. Pienso en lo bueno que sería poder trabajar esto mismo con el videoclip de la canción.

3. DEFINICIÓN DEL OBJETO E HIPÓTESIS

A continuación, intentaremos construir una definición del videoclip como objeto de estudio.

Videoclip es una palabra en la que se amalgaman dos conceptos: *video* y *clip*. La primera alude a una experiencia visual –no necesariamente ligada a la audición–, y la segunda, a la característica técnica de *lo* video: según el *Diccionario Moderno Langenscheidt* (1988) una de las acepciones de esta palabra configura el siguiente campo semántico: *recortar, esquililar, cercenar, picar, apocapar, chapurrear, golpear*. De ahí que *lo* clip sea asociado con el parpadeo, la fragmentariedad, la concisión, la fugacidad, nociones características de la cultura posmoderna y de un medio de comunicación masiva como la TV, de Kerckhove (1999) *dixit*:

“La televisión fragmenta la información en segmentos mínimos y a menudo desconectados, apretujándolos todo lo posible en el menor tiempo posible. Nosotros completamos el cuadro, haciendo generalizaciones instantáneas a partir de unos pocos indicios. Al mismo tiempo, los programadores y editores han aprendido a sacar partido a nuestra preparación para llenar huecos. Esto no implica que estemos dando sentido; simplemente estamos componiendo imágenes.”

Por su parte, Tabarovsky (1995) considera *lo* clip como una operatoria que excede el ámbito de la televisión:

“El formato clip aparece en otros géneros televisivos (en los noticieros, en los documentales, en los llamados programas de interés general) o aun fuera de la TV, como en el cine, en la publicidad, e incluso en cierto tipo de textos literarios y periodísticos.”

De este modo, el videoclip constituye uno de los tantos subgéneros del género clip (cfr. Audubert, *ob. cit.*). A la vez, la noción de género nos permite situar el videoclip en un plano discursivo, si recordamos la clásica definición de Bajtín (1992):

“... el contenido temático, el estilo y la composición están vinculados indisolublemente en la totalidad del enunciado y se determinan, de un modo semejante, por la especificidad de una esfera dada de comunicación. Cada enunciado separado es, por supuesto, individual, pero cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos *géneros discursivos*.”

Sin embargo, nos parece preciso ampliar esta visión lingüística del enunciado a partir de una óptica semiótica-discursiva. Para ello, nos apoyamos en la siguiente definición propuesta por Foucault (2002):

“El enunciado es la ‘función de existencia’ o *función enunciativa* de los signos (...) basta que *existan* signos para que *exista* enunciado.”

Ahora bien, ¿qué signos *existen* en un videoclip? Es decir, ¿cómo podemos definir su materialidad signíca? Luego de revolver papeles amarillos, encontramos la siguiente sugerencia de Verón (1985):

“Si se está interesado en el estudio del sentido socialmente producido de conjuntos significantes atestiguados, no se trata prácticamente nunca con objetos significantes homogéneos: en los discursos sociales, hay siempre diversas materias y por lo tanto diversos niveles de codificación que operan simultáneamente: imagen-texto; imagen-palabra-texto-sonido; palabra-comportamiento-gestualidad, etc. Esos ‘paquetes’ significantes complejos son los que recorren las redes sociales del sentido.”

Lo cual nos permite concluir en que el videoclip constituye un paquete significativo en el que operan simultáneamente por lo menos tres niveles generales de codificación: *música-texto-imagen*. Y tomando en cuenta los planteos de Voloshinov (1976), diremos para mayor especificidad: *paquete significativa de signos ideológicos*:

“Un signo no existe simplemente como una parte de la realidad, sino que refleja y refracta otra realidad. Por lo tanto, puede distorsionar esa realidad o serle fiel, o percibirla desde un punto de vista especial, etcétera. Cada signo está sujeto a los criterios de evaluación ideológica (si es verdadero o falso, correcto, honrado, bueno, etcétera). El dominio de la ideología coincide con el dominio de los signos. Son equivalentes entre sí. Dondequiera que está presente un signo también lo está la ideología. *Todo lo ideológico posee valor semiótico.*”

(...)

“Todo signo ideológico es no sólo un reflejo, una sombra, de la realidad, sino también un segmento material de esa misma realidad. Todo fenómeno que funciona como un signo tiene algún tipo de corporización material, ya sea en sonido, masa física, color, movimientos del cuerpo, o algo semejante.”

Para aclarar la relación entre ideología y discurso, aprovecharemos los aportes de Courtine (2002), corifeo del Análisis del Discurso francés.

Para dicho autor, una *formación ideológica* (FI) viene a caracterizar un elemento capaz de intervenir como una fuerza confrontada a otras en la coyuntura ideológica característica de una sociedad en un momento dado. Cada formación ideológica constituye un conjunto complejo de actitudes y de representaciones que no son ni individuales, ni universales, sino que se refieren más o menos directamente a posiciones de clases en conflicto las unas respecto de las otras. El lugar donde dichas formaciones adquieren materialidad enunciativa son las *formaciones discursivas* (FD). Así como para Foucault (*ob. cit.*) una formación discursiva escande el plan general de las cosas dichas al nivel específico de los enunciados, para el análisis del discurso una FD es lo que, en una FI dada y en una coyuntura, determina *lo que puede y debe decirse*, ya que las palabras, expresiones, proposiciones, reciben su sentido de la FD en la que se producen (*cfr. Courtine, ob. cit.*).

En esta línea teórica de análisis, otro enfoque que nos interesa es el de las formas en que los enunciados configuran lo que Foucault denomina campo de *sucesión*, de *coexistencia*, y de *intervención* (cfr. *Ob. cit.*) y que el Análisis del Discurso integrara en las nociones de *interdiscurso* e *intradiscurso*, definidas por Courtine (*Ob. cit.*) de la siguiente manera:

“El interdiscurso es (...) el lugar en que se constituyen, para un sujeto hablante que produce una secuencia discursiva (...), los objetos de que ese sujeto enunciadador se apropia para hacer de ellos los objetos de su discurso (...) [Por otra parte, tenemos] las articulaciones entre esos objetos, mediante las cuales el sujeto enunciadador va a dar una coherencia a su propósito, en lo que llamaremos, siguiendo a Pêcheux (...), el *intradiscurso* de la secuencia discursiva que él enuncia.”

Esto nos permitirá no aislar el videoclip de su *continuum* discursivo, sino pensarlo en relación con otros enunciados pasados, presentes o futuros.

Pasamos a hacer un *racconto* de lo desarrollado hasta aquí: desde un punto de vista semiótico, hemos teorizado el videoclip como un paquete signifiante de signos ideológicos lingüísticos, musicales y visuales. A su vez, desde un punto de vista discursivo, concebimos el videoclip como un enunciado material que establece FD donde se materializan determinadas FI. Sincretizaremos estas apreciaciones en la siguiente definición:

> *El videoclip es un paquete signifiante de signos materiales ideológicos lingüísticos, musicales y visuales, que establece formaciones discursivas donde se materializan determinadas formaciones ideológicas.*

Esta definición semiótico-discursiva del videoclip nos permitirá estudiarlo dentro del panorama de las problemáticas de los fenómenos sociales.

A continuación explicitamos nuestra hipótesis teórica, ya expresada entre líneas en la definición:

> *En los videoclips de numerosos grupos de rock argentino actual se manifiestan signos ideológicos musicales, lingüísticos y visuales que reflejan –y refractan– expe-*

riencias estéticas, políticas y generacionales que repercuten en los procesos de significación de los discursos, en las conductas de los individuos y, por extensión, en la configuración de determinadas identidades juveniles.

4. EL VIDEOCLIP: VEHÍCULO DE IDENTIDAD

Pasamos ahora a retomar un tema fundamental de nuestro trabajo, planteado al pasar páginas atrás: la identidad juvenil.

A nuestro entender, toda identidad se configura como una FI materializada en un FD que refleja y refracta conflictos de clases. Nos lo confirma Reguillo Cruz (2000), al definir:

La identidad es centralmente una categoría de carácter relacional (identificación-diferenciación). Todos los grupos sociales tienden a instaurar su propia alteridad [...].

En este sentido, la identidad, considerada desde la noción de <sí mismo>, se interpreta según el término latino *ipse*, que no designa lo idéntico (lo *idem*) sino lo otro, lo extraño (Ricœur, 1999), dos acepciones que se dan la mano con la propuesta de Lotman (1996), cuando éste se refiere al *enantiomorfismo* y al *isomorfismo* como dinámicas continuas en el interior de una *semiosfera*, entendida como un espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis.

Nuestro trayecto, como lo sugiere su propia denominación, aspira a analizar y reflexionar acerca de cómo los enunciados videoclípticos reflejan y refractan –en otras palabras, muestran y crean– procesos de configuración de identidades juveniles. El corpus discursivo sobre el cual operaremos será una selección de videoclips de artistas y agrupaciones de reconocida trayectoria en el ámbito del rock argentino actual. Para adelantar algunos nombres que tenemos *in mente*, mencionaremos a Intoxicados, La 25, La Mancha de Rolando, Jóvenes Pordioseros y Callejeros.

5. UN VISTAZO EXPERIMENTAL

En el campo rockero argentino de los últimos tiempos, se encuentran producciones de matices muy disímiles, pero que en ningún caso se separan del contexto en el que se inscriben y del cual emergen.

Si tomamos, por ejemplo, el caso de lo que se engloba hoy dentro del llamado "rock chabón", podemos inferir varias cuestiones. En el caso de muchas de las letras de sus canciones se puede asistir a la conformación de un campo semántico alrededor de la violencia (isotopías en relación con el uso de drogas, el alcohol y la apología de otras formas de "reviente"); y también es posible encontrar rasgos profundamente violentos en las construcciones sintácticas de sus videoclips. Así, en algunos de ellos presenciamos, por ejemplo, la personificación de individuos que caminan sin rumbo por la ciudad, exaltando con violencia la figura del "vicioso" a través de diferentes recursos audiovisuales, como el tratamiento particular de la imagen, a modo de "collage", el uso de los colores y las sombras, la utilización de la cámara, que mediante ciertos planos produce el efecto de introducir al espectador como parte del mismo texto, o mediante ciertos movimientos y diversas angulaciones o conexiones en las puestas en escena. En los videoclips de este tipo de bandas parece primar una utilización muy particular de este tipo de técnicas, creando en los espectadores la sensación de pertenencia a un ambiente fuertemente impulsivo o violento. Esto también se observa en los videoclips que reproducen recitales de este tipo de bandas en vivo, donde se observa un público espectador corporalmente activo, en muchos casos descontrolado, que incorpora a sus "festejos" empujones y golpes, entre banderas, petardos y bengalas. Ésta es la cultura del "aguante" que hace que hoy se compare al público de los recitales de rock con las barrabravas de las hinchadas de fútbol (cfr. Marchi, 2005).

La mayoría de los grupos que adquirieron popularidad en los últimos tiempos en nuestro país, forman parte de esta "corriente" musical. En sus canciones y videoclips nos aventuramos en una especie de poética de la destrucción individual y social. Como decía Barthes, "la violencia implica un lenguaje de la violencia, es decir, signos (operaciones o pulsiones) repetidos, combinados en figuras (acciones o complejos), en una palabra, un sistema" (Barthes, 1994).

6. ABDUCCIONES METODOLÓGICAS

Sin embargo, a la reflexión sobre la identidad, le precede la ejecución de un método de análisis, o mejor aún, de un *dispositivo de interpretación* (Puccinelli Orlandi, 2000) que haga de puente entre la lectura semántica y la evaluación ideológica.

Dado que en nuestro sondeo bibliográfico hemos encontrado muchas propuestas metodológicas (de la narratología, el análisis del discurso, la hermenéutica, la semiótica, la sociología, las teorías de las comunicaciones, etc.), optamos por articular aquellas que resulten más pertinentes para llevar a cabo nuestra tarea. Podría pensarse que corremos el riesgo de homologar disciplinas de sustratos teóricos disímiles, pero no perdemos de vista la siguiente apreciación de Parret (1983):

“Al homologar disciplinas, no se destruye su independencia, simplemente se comprenden sus semejanzas y desemejanzas isotópicas y análogos frente al fundamento de un proyecto normativo.”

Ya hemos distinguido los tres ámbitos en los que nos moveremos: la música, la letra y la imagen.

Generalmente, la música popular ofrece un gran obstáculo para el análisis académico: la inexistencia de partitura. Por lo cual, para llevar a cabo nuestro análisis nos basaremos en la propuesta de Aguilar (1999) de un análisis musical audioperceptivo.

En lo que respecta a la letra de las canciones, el análisis del discurso nos ofrece un sin número de herramientas que nos permitirán desentrañar significados explícitos o implícitos de nuestro objeto de estudio.

Para lo visual –un terreno sinceramente novedoso para nosotros–, habremos de basarnos en los aportes de autores como Carmona (1993), Casetti y Di Chio (1991), y autores ya citados, como Leguizamón y Villagrán Fernández.

7. ¿NARRATIVAS CLÍPTICAS?

Ahora bien, ¿por qué *narrativas* clípticas? En principio, para responder a esta pregunta es necesario exorcizar lo narrativo de toda connotación puramente literaria. Entendemos lo narrativo, siguiendo a Ricœur (1987), como uno de los esquemas cognoscitivos más importantes con que cuentan los seres humanos, dado que permite la comprensión del mundo que nos rodea de manera tal que las acciones humanas se entrelazan de acuerdo a su efecto en la consecución de metas y deseos. Parafraseando nuestro epígrafe: somos narrativas narrativizando narrativas.

Por otra parte, desde una perspectiva semiótica, podemos decir que en el complejo e ilimitado proceso de semiosis –para Peirce (1988) un juicio ocasiona otro juicio, del cual es signo; de lo que podemos inferir, de acuerdo con Caudana, que toda narrativa *ocasiona* otra narrativa, de la cual es signo–, *narrativizar lo que el videoclip narra no sólo produce efectos de sentido, sino también nuevas formas de narrar, de percibir, de pensar, y hasta de ser.*

En este sentido, el objetivo de nuestro análisis es trascender la mera “composición de imágenes” a la que se refería Kerckhove, y propiciar una reflexión (una narrativización), sobre los efectos sociales de los procesos de comprensión y producción de sentido audiovisual; reflexión que consideramos importante que se desarrolle en el aula, involucrando a dos actores que podrían enriquecerse mutuamente: el docente y el alumno, que llega a la escuela con un sin número de competencias y conocimientos específicos no siempre tenidos en cuenta o explotados por la escuela, y no pocas veces injustamente demonizados.

Como se aprecia, la visión que tenemos es la de una escuela interactiva que aprende y enseña herramientas para comprender el mundo, que orienta el ejercicio crítico y estimula la libertad de elección, tareas que, coincidimos con Beatriz Sarlo (1994), deben reforzarse en relación con dos fuerzas:

“... estados que intervengan equilibrando el mercado cuya estética delata su relación con el lucro; y una crítica cultural que pueda librarse del doble encierro de la celebración neopopulista de lo existente y de los prejuicios elitistas que socavan la posibilidad de articular una perspectiva democrática.”

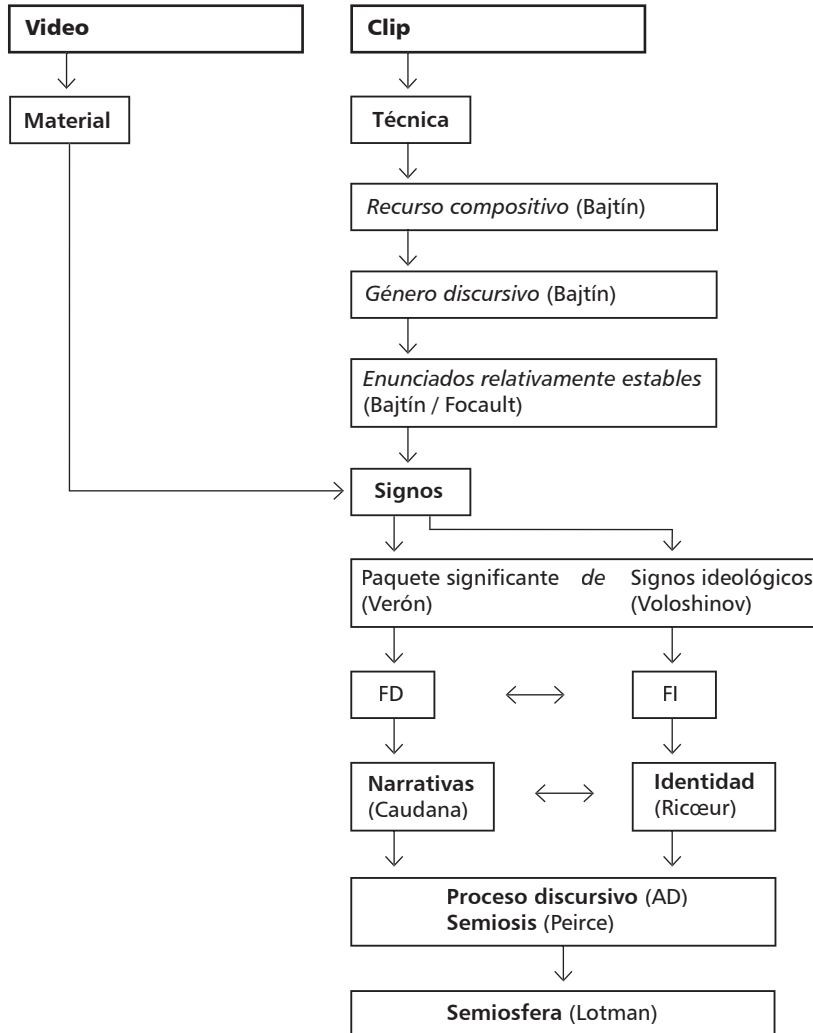
8. UNA ÚLTIMA CUESTIÓN, FUERA DE PROGRAMA

Una cuestión un tanto radical que zigzaguea entre líneas en este trabajo, y que no conseguimos desarrollar tan claramente como nos hubiera gustado, es la de *lo clip* como procedimiento compositivo de un pensamiento relacional complejo. ¿Qué quiere decir esto? Que lo clíptico, signado por la fragmentariedad y la rapidez, representa en la actualidad una práctica –y por extensión, una semiótica– de asociación de ideas sumamente difundida en la sociedad.

En la escuela, se suele observar que los chicos sufren un “problema” de fragmentariedad. Sin embargo, si reflexionamos, nuestras propias prácticas son cada vez más fragmentarias y limitadas temporalmente, sobre todo en la docencia. Es decir, no estamos eximidos de la influencia de *lo clip*. No quiere decir que esto sea así por culpa del videoclip. Pero sí es innegable que en cierto grado los discursos clípticos de los medios masivos de comunicación han impactado en nuestra forma de vida y en nuestra forma de pensar (el signo *siempre* es ideológico, y *siempre* refleja y refracta, en un sentido amplio, conflictos de clases). Mucho se habla del impacto de las tecnologías en la sociedad, pero hay que decir que también los discursos que circulan en las redes sociales tienen su impacto y generan nuevas maneras de lectura y escritura, y más aún, demandan nuevas propuestas de enseñanza/aprendizaje.

9. A MODO DE CONCLUSIÓN

Hemos definido nuestro objeto, hemos enunciado una hipótesis que acota el aspecto que nos interesa inferir de nuestra pesquisa –el videoclip como vehículo de identidad–, hemos abducido una metodología de análisis, y expusimos nuestra concepción de lo narrativo en relación con lo clíptico. Ahora ofrecemos, a modo de conclusión, el siguiente esquema, al que bautizamos *iter mentalis*, ya que en él se manifiesta el “camino mental” de nuestras asociaciones teóricas.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS INICIALES

- Aguilar, M. del C. et al. (1999).** *Análisis auditivo de la música. Sistematización de una experiencia de cátedra y su transferencia a otras áreas educativas*, Buenos Aires, Edición de los autores.
- Aparici, R. (comp.) (s/d)** *Educación audiovisual. La enseñanza de los medios en la escuela*. Buenos Aires, Novedades Educativas.
- Audubert, R. (2003).** "El lenguaje del videoclip" en Emiliozzi, I. (comp.) *La aventura textual. De la Lengua a los Nuevos Lenguajes*. Buenos Aires, La Crujía; págs. 67-103.
- Bajtín, M. (1992).** "El problema de los géneros discursivos" en *Estética de la Creación Verbal*, Buenos Aires, Siglo XXI; pp. 248-293.
- Barthes, R. (1994).** *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura*, Barcelona, Paidós.
- Carmona, R. (1993).** *Cómo se comenta un texto filmico*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1991).** *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Consejo Nacional de Televisión. (1998).** *El videoclip en la televisión chilena*. URL: www.cntv.cl.
- Courtine, J.J. (2002).** "Análisis del discurso político (El discurso comunista dirigido a los cristianos)" en *Langage*, 62, junio 1981. Traducción al castellano: María del Carmen Saint-Pierre. Supervisión: **Giovanna Winckler**. URL: www.archivo-semiotica.com.ar.
- De Kerckhove, D. (1999).** *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*, España, Gedisa.
- Deleuze, G.-Guattari, F. (1990).** *Capitalismo y esquizofrenia. Tomo II. Mil mesetas*. Pre-Textos, Valencia, pág. 118.
- Foucault, M. (2002).** *La arqueología del saber*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- García Canclini, N. (1992).** *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Leguizamón, J.A. (1998).** *Videoclips. Una exploración en torno a su estructuración formal y funcionamiento socio-cultural*. URL: www.archivo-semiotica.com.ar.
- Lotman, Y. (1996).** "Acerca de la semiosfera", en *La semiosfera I*. Madrid, Cátedra; págs. 21-42.

Lozano, J. / Peña-Marín, C. y Abril, G. (1993). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Madrid, Cátedra.

Marchi, S. (2005). *El rock perdido. De los hippies a la cultura chabona*. Buenos Aires: Le Monde Diplomatique.

Parret, H. (1983). "Isotopía disciplinaria, analogía interdisciplinaria y homologación transdisciplinaria" en *Semiótica y Pragmática*. Buenos Aires, Edicial, págs. 187-189.

Peirce, Ch.S. (1988). *El hombre, un signo (El pragmatismo de Peirce)*, Madrid, Grijalbo.

Pérez-Yarza San Sebastián, M. (2000). *El Placer de lo Trágico. Semiosis del Video-Rock en los años '90*. Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, URL: www.cervantesvirtual.com.

Puccinelli Orlandi, E. (2000). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*, São Paulo, Pontes.

Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.

Ricœur, P. (1987). *Tiempo y narración*, Madrid, Cristianidad.

Ricœur, P. (1999). *Historia y narratividad*, Barcelona, Paidós.

San Martín, P. (2003). *Hipertexto. Seis propuestas para este milenio*. Buenos Aires, La Crujía.

Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel.

Sarriugarte Gómez, Í. (2003). "Conexiones entre el videoclip y el videoarte", Ponencia del Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación "Luces en el Laberinto Audiovisual", realizado en Huelva, en octubre de 2003, URL: www.ateiamerica.com/doc/conexion.pdf.

Smith, C.C. / Davies, G.A. y Hall, H.B. (1988). *Diccionario Moderno Langenscheidt*, Buenos Aires, Norma.

Tabarovsky, D. (1995). "La estética del videoclip" en Suplemento "Cultura y Nación" del diario *Clarín*. Buenos Aires, 1 de junio de 1995.

Verón, E. (1984). "Semiosis de lo ideológico y del poder" en *Rev. Espacios*, 1. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras/UBA, p. 43-51.

Vila, P. (1996). "Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones" en *Revista Transcultural de Música*, 2. URL: www.sibetrans.com/trans/trans2/vila.htm.

Villagrán Fernández, M. (2003). *Intentio video-clip: Lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*, URL: www.archivo-semiotica.com.ar.

Voloshinov, V. (1976). "El estudio de las ideologías y la filosofía del lenguaje" en *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*, Buenos Aires, Nueva Visión, págs. 19-27.