

12. ¿Qué es eso que no me deja ver? Hacia una semiótica de las marcas de interacción del lector sobre el videoclip en Latinoamérica

MARIO VILLAGRÁN

151

1. Un objeto sobre otro: cambio perceptivo, interpretativo y cognitivo en la experiencia cotidiana

A partir del cambio perceptivo/cognitivo, a causa de las posibilidades de nuevos modos de lectura de determinados lenguajes audiovisuales, se han supuesto transformaciones no sólo en la textualización o en los procesos creativos, sino en los protocolos de lectura. Llevando por un lado, al interés del estudio de los lenguajes desde donde parten estos nuevos modos de percibir —desde el videoclip hasta el trailer cinematográfico y ahora enfocándose en el estudio del videojuego— y por otro, al estudio de las transacciones entre sistemas, perfilándose como una de las opciones de la semiótica de los próximos años.

Si bien ambos estudios han abordado el cambio de la percepción y la interpretación, han obviado la cotidianeidad del lenguaje y las transformaciones que éste sufre diariamente en sus contextos de transmisión. Por eso, el detenerse antes de continuar revisando la herramienta de análisis, para observar el objeto mismo del análisis, volver a verlo, o en este caso, intentar poder verlo, para observar qué pasa en cuanto a cómo se trasladan funciones de un sistema a otro, será una herramienta y una guía del camino a seguir en el futuro.

Más adelante se hablará específicamente del objeto concreto de revisión: el videoclip, pero es preciso adelantar que ha sido la lectura del clip en su contexto de transmisión —en el canal MTVLA (Music Television Latinoamérica)—, lo que lleva a la pregunta titular y al interés por sus modificaciones. Esto, a partir de elementos extra textuales, enfocados en lo interactivo por sobre el texto. Cabe mencionar que la barra de transmisión mantiene sus formatos desde México hasta Argentina, por eso el interrogante por la emergente lectura del videoclip a analizar, es común a toda la región.

El objeto de análisis parte de la pregunta ¿Qué es eso que no me deja ver?, la cual refiere a tres campos en la búsqueda de la respuesta: percepción, interpretación y cognición.

Cada uno requiere de un enfoque, al parecer, distinto, pero que en otros trabajos ha mostrado la pertinencia de su unión. Por un lado, los estudios cognitivos en la Escuela de Santiago, donde nace un modelo de estudios perceptivos y cognitivos con F. Varela y H. Maturana, siendo el primero quien lo llevara a su mayor grado de innovación, denominándolo como la cuarta etapa de las ciencias cognitivas: la etapa enactiva (VARELA, 1996).

Así, se avanza a la crítica del representacionismo y se abre camino al conocimiento en la acción cotidiana guiada perceptivamente, además de un regreso al sentido común, estudiado desde el punto de vista neurológico, pero retomado desde la filosofía oriental. Abriendo caminos a la reformulación y comprensión de las habilidades cognitivas del sujeto, más allá de las representaciones mentales (VARELA, 1992). Dichos estudios, han sido retomados en la semiótica por la vía interpretativa, utilizados como fundamento de lo que Eco llamó protosemiótica, entendiéndola como una atencionalidad primaria que se obtiene cuando, “en la densa materia de las sensaciones que nos bombardean, seleccionamos de golpe algo que recortamos sobre el fondo general, decidiendo que queremos hablar de eso” (Eco, 1997: 5).

La selección realizada dentro del clip para hablar de sus modificaciones cotidianas remite directamente al trabajo protosemiótico expuesto, lo que a su vez lleva a reflexionar cómo la semiótica Latinoamericana ha comenzado a trabajar la idea de la sobre valoración de las representaciones mentales/teóricas para dar apertura al modelo enactivo teniendo como referente distintos trabajos (DEL VILLAR 1997, 2003), siendo también retomado como partida para replantear la utilidad de los modelos semióticos representacionales (SCOLARI, 2004).

152

Así, el objeto semiótico vuelve a la mesa después de haber sido analizado, para observar las categorías que se replantean a partir de la idea de la enacción, partiendo ahora desde la percepción.

La selección de las ciencias cognitivas -antes de dar paso al trabajo semiótico-, permite identificar objetos que interfieren con procesos interpretativos, que resultan sumamente cotidianos, y que son denominados como situaciones problemáticas (a partir del concepto breakdown de Winograd y Flores en Hacia la comprensión de la informática y la cognición (1989). De éstas, surge el conocimiento del objeto mismo, en este caso del videoclip, siendo “el resultado de una interpretación que emerge de nuestra capacidad de comprensión” (VARELA, 1992:177).

Comprender dichos objetos que interfieren en el texto (Clip), resulta básico con el fin de llegar a una semiótica interpretativa que considere los estudios de traslación como base para contemplar el objeto semiótico (Eco, 2003), no sólo desde sus posibles representaciones, sino desde su relación con otros elementos de distintos sistemas semióticos, para saber cómo se transforman los protocolos de lectura del texto que los retoma. El caso del estudio semiótico del clip tiene directa relación con lo anterior.

Si bien se han logrado establecer modelos representacionales de análisis semiótico del videoclip, éstos se ven imposibilitados para su consideración interpretativa en un contexto de transmisión en Latinoamérica. Esto se debe a que su percepción se encuentra con una ruptura inmediata, surgiendo la pregunta: ¿Qué es eso que no me deja ver (el videoclip)?

Se parte del trabajo realizado en *Intencio videoclip* (VILLAGRÁN, 2003), donde se extrapoló la categoría del lector modelo y lector ideal desde la semiótica interpretativa (Eco 1981, 1992), desarrollando distintas representaciones posibles de lecturas acordes a los elementos que se presentan como configuradores del análisis. Se observaron construcciones de sentido en constante elaboración de acuerdo a la combinación de distintas interpretaciones en un mismo lector. Siendo una de las conclusiones más interesantes, el factor de influencia del contexto de transmisión, ya que éste no permitía realizar algunas lecturas señaladas en el trabajo, las cuales sólo podían realizarse a partir de otros formatos (DVD, recopilatorios de videoclips, etc.), debido a la cantidad de variaciones internas (alteración de índices cromáticos; cambio de elementos paratextuales, como nombre del director) y externas al texto (logotipos y barras programáticas insertas en el clip) que cada canal incluía en la transmisión.

153 El estudio de dichos cambios, resultaba de interés desde la perspectiva perceptiva, pero en un primer escenario no se distinguían como aperturas a la interacción del lector no tanto con el texto, sino sobre (encima) del texto.

El interés de recurrir a la unión entre ciencias cognitivas y semiótica radica primero en la comprensión de la transformación del objeto semiótico en la percepción cotidiana, para después de identificar lo que provocó dicha transformación, saber cómo abordarlo. Por un lado, el límite contextual de la semiótica, y por otro, el umbral inferior constituido por “los estímulos, ligados a los procesos estímulos-respuesta” (SCOLARI, 2004: 33).

Desde la semiótica, se ha elegido el campo del estímulo perceptivo para explicar el “eso que no deja ver”, y el por qué de su consideración de estímulo, más allá de ser un mero elemento extratextual, al tratarse de una marca realizada por el lector por sobre el texto mismo, con autorización y estimulación del contexto, dentro de la interacción.

Como señalan Del Villar y Scolari (2004) refiriéndose al trabajo de Plasquier, la fuerza del estudio de la interacción del lector radica en la pregunta por “cómo ella rompe con la noción tradicional de texto, por un lado y, por otro, la interactividad en los procesos de producción, lectura y adquisición de saberes” (2004: 17), donde ambos campos son el punto de partida para identificar lo que llevó al lector a cambiar ya no sólo su protocolo de lectura, sino a enfrentarse a un problema de visión que él mismo construyó. Este problema no puede solucionarse con las representaciones propuestas desde la semiótica del videoclip, las que se apegan a la idea perceptiva de la etapa cognitivista, “basada en su mayoría en la representación como interpretación: donde la cognición siempre consiste en interpretar o representar el mundo como si fuera de cierta manera” (VARELA, 1992: 162), en lugar de la etapa enactiva.

2. Interacción y enacción: del adentrarse en el texto, al estar sobre el texto

“Lo que no se puede ignorar, vale más conocerlo, es decir, reconocerlo y conocer que se conoce”

(Gerard Genette, *Umbrales*, 2001:352)

El Eso de la pregunta titular no es un elemento paratextual.

Por un tiempo —en la investigación del clip— se trabajó con un análisis de elementos que cambiaban acorde al contexto de transmisión, considerándolos dentro de la teoría paratextual, entendiendo al paratexto “como el soporte del texto (...) son los elementos de reconocimiento y la oportunidad de formular una primera hipótesis sobre el contenido del texto que después la lectura confirmará o rechazará” (ALVARADO, 1994: 18-21), pero con el cambio de dichos elementos y con la posibilidad de la interacción trasladada al contexto de transmisión, esta relación paratextual fue rechazada.

Aunque la transformación de la lectura del clip pudo comenzar con elementos paratextuales, facilitando la inclusión de epitextos en el texto mismo, donde “es epitexto todo elemento paratextual que no se encuentra materialmente anexado al texto en el mismo volumen, sino que circula en cierto modo al aire libre, en un espacio físico y social virtualmente ilimitado dentro del texto mismo” (GENETTE, 2001: 295), convirtiéndose en peritextos, “en esta tentación imperialista de anexas al objeto todo lo que suceda en relación con él” (351).

154

Si bien se señalaba que “el paratexto tiende a menudo a desbordar su función y a constituirse en pantalla, y por lo tanto, a desempeñar su parte en detrimento de su texto” (GENETTE, 2001: 354), el que éste comenzara a desbordarse hacia la interacción del mismo lector, indicó una exigencia de análisis más allá de lo paratextual, abriendo la puerta al estudio del estímulo, que llevaba al lector a dejar sus marcas sobre el texto, ligado a la perspectiva creada en otros sistemas más cotidianos, como los videojuegos.

Y aunque el estudio parte desde el paratexto -que fue el fundamento principal para abrir las posibilidades de marcarlo en su transmisión-, y considerando que Genette lanzó la advertencia: ¡Cuidado con el paratexto! (354), éste sólo es un referente, ya que en muchos casos la semiótica del videoclip ignoró completamente dichos elementos de sus modelos representacionales, originando la primera separación entre el clip y sus representaciones teóricas. Pero cabe destacar que el que se reconozca esta variación del paratexto a la interacción, facilitará retomar el camino de una semiótica del clip que considere que estos elementos cotidianos no pueden separarse de sus procesos de interpretación.

El Eso es una interacción.

La propuesta de la que se parte, para poder explicar de dónde viene esa necesidad por la interacción en el videoclip con material extratextual (charlas tipo chat, votaciones

para seleccionar videos, fotografías de presentación del lector, etc.), está ligada a la discusión académica entre ludólogos y narratólogos en torno al videojuego y sus posibilidades de interacción. Allí, la que más se acerca a la semiótica es la de Bittanti y Eugeni en torno a los tres tipos de interacción con un videojuego (The Sims), en su artículo *Sim-biosis. Di-simulando The Sims* (2004: 85-96).

El retomar esta postura nombrada por Piscitelli como el “pensar con videojuegos”, en el ensayo *La ludología y el pensar no sobre, sino con los videojuegos* (2005), se debe a que la experiencia lúdica es prioridad en la formación de habilidades cognitivas del sujeto en lo cotidiano.

La interacción es fundamental en la percepción del videojuego, y también en la perspectiva del jugador, quien la llevará encarnada al ver otros lenguajes, lo cual podrá ser benéfico en algunos casos (crítica a las traslaciones de videojuegos al cine) y, perjudicial para la interpretación del texto, como en el videoclip.

El pensar con videojuegos alude directamente al trabajo de la percepción, ligada, como se puede observar en Kant y el Ornitorrinco (Eco, 1997) o en *Hacer Clic* (SCOLARI, 2004), a procesos interpretativos. Así, resulta contradictorio que se introduzca dicha reflexión para concluir que “el enfoque semiótico nos parece relevante pero insuficiente” (PISCITELLI, 2005), refiriéndose al análisis de videojuegos, ya que es el enfoque semiótico desde esta perspectiva de una teoría semiótica de la percepción, ligada a las ciencias cognitivas, y en muchos sentidos codependiente¹, el responsable de lo que ese “pensar con videojuegos” haría en otros lenguajes.

Si se considera que el pensar con videojuegos se realiza sólo dentro del campo del juego —como supondrían la mayoría de las definiciones de teorías del juego (desde Huizinga hasta Caillois)—, habría un alejamiento del modelo enactivo de las ciencias cognitivas, ya que se supondría que el jugador entra con una perspectiva previa, sólo alimentada durante el juego. Pero al concluir éste, no se ocasionan cambios en las habilidades perceptivas y cognitivas del sujeto, lo cual sí sería relevante, pero totalmente insuficiente para explicar el cómo del objeto “que no deja ver” el videoclip.

Esta teoría semiótica de la percepción ligada a la semiótica interpretativa, es capaz de respondernos la pregunta inicial, incluyendo en la respuesta: percepción, interpretación y cognición.

Regresando al enfoque de las interacciones lúdicas, para comprender en primera instancia el por qué el lector de videoclips a tomado la decisión de interactuar, no con el texto si no sobre el texto, habrá que retomar los tres tipos de interacciones supuestos para el jugador, para poder comprender “que puede imaginarse hacer y ser el usuario, las formas de complicidad del usuario con respecto al mundo de la ficción, o sea las posiciones enunciativas del usuario” (BITTANTI-EUGENI, 2004: 91).

1 Basta observar la distinción de Varela (1992: 185) para el estudio del color en tres etapas, la primera ligada a la estructura de la apariencia cromática, la segunda como el atributo percibido de las cosas del mundo, y la tercera, el paso al color como categoría de la experiencia para poder comprender la propuesta de Eco (1997: 151-167) en torno al contenido molar, al contenido nuclear y al tipo cognitivo.

La primera interacción situada en un nivel de espectador, “donde su posición con el mundo textual permanece externa” (BITTANTI -EUGENI, 2004: 92); es el tipo de lectura que en el videojuego no es constitutiva como característica esencial, pero que en otros lenguajes no supone pasividad a pesar del término. La reflexión está dirigida a pensar si lenguajes como el cine o el videoclip definen una postura en torno a las interacciones que se presentan, y cuáles son las que permiten el proceso interpretativo y de comprensión de sentido. Esto lleva a observar el cómo son afectadas dichas lecturas en torno a este pensar con videojuegos, que en el caso del videoclip no sólo es pensar el clip con videojuegos, si no enactuar en el clip como videojuego.

Si mencionamos enactuar en el clip y no interactuar, es porque el jugador, al adquirir en sus contexto cotidiano habilidades cognitivas y perceptivas desde el juego, comienza a guiar sus acciones perceptivamente. Comienza a corporizar su cognición y percibe desde su experiencia (ligada a lo lúdico y reflejada en otras acciones perceptivas). Esto requiere de una reflexión mayor que por el momento no será más que enunciada, y tiene que ver con el hecho de que la cognición corporizada (VARELA, 1992: 174-215) parte de la idea de la presencia plena/conciencia abierta de la filosofía oriental, como continuidad de la fenomenología de la percepción de Merleau-Ponty.

La segunda interacción la constituye “un usuario capaz de intervenir de diferentes maneras en el desarrollo ficcional (...) el usuario controla los comportamientos de los personajes, tanto los de carácter práctico como relacionales” (VARELA, 1992: 92). Si bien aquí se trata con interacciones lúdicas al interior del juego, éstas pueden extrapolarse como habilidades cognitivas que servirán como base interpretativa para otros lenguajes; este tipo de interacción es similar a la del videoclip. La diferencia es que el lector no interfiere sobre los caracteres prácticos o relacionales de los personajes, más bien interfiere en la lectura del texto.

156

Ninguna interacción lúdica se presentaría como tal en otro lenguaje, pero sí se mostrarían aspectos relacionales con dicha interacción, como en este caso, ya que el videoclip está ante una doble ruptura epistémica. Por un lado la ruptura original del clip, que “es una ruptura con toda la episteme de la sociedad blanca, en la medida que se asigna al sonido el carácter de la realidad y, la imagen y sus códigos son tan sólo cualificadores del videoclip” (DEL VILLAR, 1997: 92), y por otro, la ruptura del objeto mismo a partir de las interacciones extratextuales encima del texto.

En la tercera, “el usuario asume el rol del autor intertextual, no sólo ‘juega’ produciendo un texto discurso, sino también reescribe y traduce el texto primario en un segundo texto” (DEL VILLAR, 1997: 93). Es propia del videojuego, y en particular de determinadas categorías de videojuego (estrategia y rol), pero además deja su rastro en el “eso” que impide la lectura del clip.

Si no se pueden ignorar los textos que aparecen durante la programación de MTVLA, debido a que se encuentran situados por sobre el videoclip, lo primero es reconocerlos. Al encontrarlos dentro del marco de las interacciones como marcas que el lector deja sobre el texto, el segundo escenario lleva a conocerlos, lo que exige un trabajo de reflexión, ya no sólo situado entre las ciencias cognitivas y la semiótica interpretativa, sino dentro de los avances de los estudios de translación que, si bien se han enfocado al

estudio entre cine y literatura, tendrán que comenzar a pensar en otro tipo de traslaciones aún más cotidianas y así conocer “qué es lo que no nos deja ver”.

3. Intentio videoclip: cuando el lector arrincono al clip

Uno de los aportes al estudio semiótico del videoclip en Latinoamérica, es el libro *Trayectos de semiótica fílmico televisiva* (DEL VILLAR, 1997), proponiendo para el análisis, códigos básicos en su composición: cromático, narrativo, sonoro y escriptural, siendo éste la base del nuevo análisis, ya que los primeros funcionan acorde a las intenciones tanto del autor, como las del texto, pero para que operen necesitan ser vistas por el lector de acuerdo a sus intenciones interpretativas, que han cambiado hacia intenciones interactivas.

157

Los códigos visuales (narrativos y cromáticos) pasan a un segundo plano en la interpretación en el contexto de transmisión del canal MTV. Con la inserción de elementos extratextuales por parte del lector en el clip, ambos códigos tendrán que esperar una reflexión posterior, siendo por ahora, el código escriptural el que exige una revisión. Éste funciona como “un dispositivo, tanto en la generación como en la lectura del texto, de una totalidad vehiculizadora con relaciones de dependencia, jerarquía, modelización, independencia y simetría” (DEL VILLAR, 1997: 38). En él se usan elementos, en un principio, paratextuales (nombre de la canción, autor, director, año, etc.), los que han sufrido, una transformación en el contexto de transmisión, lo que ha dejado otra discusión en torno a la autoría del clip, donde el papel del autor queda relegado al grupo mismo, eliminando la referencia al director del clip dentro de los elementos escripturales del canal.

La transformación de los elementos paratextuales en un escenario primario -anestesiando referencias hacia el autor y, permitiendo la entrada de epitextos en la pantalla que terminarían permitiendo elementos extratextuales al clip- premiaba el elemento visual, aunque éste no fuera precisamente el de la narración del clip, utilizándolo como la base para la interacción.

La composición visual de la pantalla y la idea de un formato televisivo para el clip -que cubrió un amplio espectro de la discusión sobre el videoclip- fue el sustento para dicha transformación, cobrándole al clip el precio por permitirle ser su soporte cotidiano. Estos cambios del formato con el que se inició el clip en MTV, los cuales permitían un trabajo interpretativo con referencias al texto mediante herramientas paratextuales, permitieron la formación de un contraformato televisivo del videoclip, el que se entiende como “un formato que se construye a través de las diferencias por oposición al programa original, que se transforma así en una emisión que destaca una empatía con el espectador por medio de la generación de pasiones intra y extra textuales, y utiliza las competencias interpretativas existentes en el público receptor” (CID, 2005).

Dicho contraformato, está hoy en toda Latinoamérica, y se basa en la interacción extra textual del receptor mediante distintos tipos de marcas, entendiéndolas como interac-

ciones sobre el texto base, y que determinan la interpretación de la lectura del clip, de las cuales se mencionan algunas:

Marcas interactivas escriturales extra textuales: Mensajes de texto sobre la pantalla, dedicatorias, y avisos del canal (barra programática). No ocupan gran parte de la pantalla, pero requieren de una atención que podría alejar (sólo a determinados lectores interesados en dichos elementos) de los otros códigos del clip.

Marcas interactivas escriturales con referencia al videoclip: programas que integran barras de votación; el lector realiza la interacción decide cuál será el siguiente videoclip. Estas marcas no deberían ser contradictorias a la lectura, pero interfieren complicándola aún más que el primer tipo, ya que llegan a ocupar de un veinte a treinta por ciento de la pantalla.

Marcas interactivas visuales extra textuales: El lector agrega vía internet fotografías de su cotidianeidad por sobre el videoclip. Resulta claro el alejamiento por sobre el texto, tomando al videoclip como base para establecer diálogos con otros espectadores.

Marcas interactivas visuales-escriturales extra textuales: pudiendo plantear como la unión de las tres anteriores marcas en una sola, se debe considerar este tipo para posteriores reflexiones, ya que aquí no se puede suponer un interés mínimo por la interpretación del videoclip en sus códigos visuales, funcionando sólo las dimensiones sonoras, es decir, la canción como un acompañamiento a los elementos extratextuales en pantalla.

158

Revisando reflexiones teóricas sobre el clip, el anuncio por la importancia en el cambio de la percepción visual estaba presente, entendiendo al clip como: "un desarrollo nuevo en la imagen en la dimensión lineal y rítmica en detrimento del espacio (...) El enriquecimiento temporal de la imagen que se hace más fluido, cambiante y chispeante, más detallado, y tiene como correlato inevitable, su empobrecimiento espacial, trasladándose de nuevo al mismo tiempo a los principios del cine mudo (...) Se sirve de una base musical que reina sobre el conjunto, con la única limitación de sembrar aquí y allá unos puntos de sincronización, con la intención de unir la imagen y la música de manera flexible, lo que permite a la imagen pasearse a su gusto por el tiempo y el espacio" (CHION, 1993: 156.-158).

Se retoma dicha definición, pensando en la formación del contraformato del videoclip que, contrariamente, lo que menos permite observar, es el clip. Se premia lo sonoro como acompañamiento de lo visual y lo escritural de la interacción del lector de videoclip?

La sincronía entre imagen y música permanece en el texto base. No se pretende decir que el videoclip ha cambiado²; lo diferente es el contexto de transmisión cotidiano, por

2 Hay que mencionar un cambio en su producción, donde los autores, músicos y compañías discográficas se han percatado de los cambios en los formatos televisivos, buscando una aparente solución, para que lo que ocurra dentro del clip, se vea lo menos afectado por las marcas, encontrando en la sustitución del formato *Full Screen*, por *Wide Screen* una momentánea respuesta.

lo podría hablarse de un cambio o sustitución de la percepción del clip por la perspectiva de la interacción del videojuego.

Si se considera que “la percepción visual es un intercambio activo con otras modalidades sensoriales” (VARELA, 1992: 191), habría que reflexionar cómo este contra formato tiende hacia una radio con imágenes (título del capítulo del libro de Chion), pero imágenes que no corresponden a la música del texto base. Lo que se percibe no necesariamente es lo que se escucha, y aunque éste es un supuesto planteado desde el inicio de las teorías semióticas del videoclip, el modo en el que se presenta no lo es, ya que ahora la percepción visual no tiene que ver con el texto mismo.

Conclusiones

En trabajos previos se señalaron diferencias y componentes básicos de determinados tipos de lectura del videoclip (VILLAGRÁN, 2003). Se describió al tipo más básico como quien se acercaba al clip mediante el elemento musical, por sus preferencias, denominándolo como lector top ten; para él, el elemento narrativo es inexistente, y el clip es la radio musical en televisión. Este tipo de lectura, que empíricamente existe como tal, es capaz en lo cotidiano de interferir con otros caminos de lectura y comprensión de sentido del videoclip, modificando y siendo modificado por el contexto de transmisión.

Aunque es conocido que MTV ya no es un lugar para ver videoclips (la mayor parte de su producción son reality shows), hay que trazar una línea que permita observar las transformaciones del formato de transmisión del clip para suponer los cambios de percepción y modos de interacción de una generación emergente. Hay que indicar que en Latinoamérica dichas transformaciones, en el contexto televisivo, no quedan sólo en MTV; se han extendido hacia otros canales (en México, TELEHIT; en Chile, VIA X, o en Argentina, Much Music), los que han retomado los cambios, primero con las transformaciones paratextuales -eliminando los datos del director- agregando mensajes de texto.

Contestar ¿Qué es eso que no me deja ver?, provoca nuevas preguntas sobre las que habrá que reflexionar. Unas referidas al tema de los lenguajes cotidianos para el sujeto ligado a las transformaciones de la interacción lúdica, otras, con respecto a la lengua objeto en relación con el contexto de transmisión y a la lengua objeto en sí, dónde la pregunta: ¿Fue el videoclip un lenguaje que formó habilidades cognitivas y perceptivas en la generación audiovisual que emergió con él? resulta la más importante, llevando a plantear el problema semiótico cognitivo en torno a las representaciones, para el cual aún no existen preguntas, pero sí respuestas.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, M. (1994) *Paratexto*. Buenos Aires, Eudeba.
- BITTANTI, M., Y EUGENI, R. (2004) "Sim-biosis, di-simulando The Sims", en *Designis*, No. 5, Barcelona, Gedisa.
- CID, A. (2005) "El formato, el contraformato y la competencia intersemiótica", en *Designis*, No.7/8, Barcelona, Gedisa.
- CHION, M. (1993) *La Audiovisión. Introducción al análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona, Paidós.
- DEL VILLAR, R. (1997) *Trayectos en Semiótica Fílmico Televisiva*. Dolmen, Santiago.
- (2003) *Vide animación y construcción de identidades*. Santiago, Fondecyt.
- (2004) "Nuevas tecnologías y construcción de identidades", *Designis* No. 5, Barcelona, Gedisa.
- DEL VILLAR, R. - SCOLARI, C. (2004) "Presentación general y bibliografía" en *Designis* No. 5, Barcelona, Gedisa.
- ECO, U. (1979) *Lector in fabula*. Bompiani, Milano; Trad. es. Lector in fabula, Barcelona, Lumen, 1981.
- (1992) *I limiti dell'interpretazione*, Bompiani, Milano; Trad. Esp. Los límites de la interpretación. Barcelona, Lumen, 1992.
- (1997) *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani. Trad. Esp. Kant y el ornitorrinco. 160
Barcelona, Lumen, 1999.
- (2003) *Dire quasi la stessa cosa*. Milano, Bompiani.
- GENNETE, G. (1981) *Seuils, Du seuil*, París; Trad. Esp. Umbrales, México, Siglo XXI, 2001.
- PISCITELLI, A. (2005) "La ludología y el pensar no sobre sino con los videojuegos", en *Educ.ar* el 17.02.02 (<http://weblog.educ.ar/educacion-tics/archives/003541.php>)
- SCOLARI, C. (2004) *Hacer Clic*. Barcelona, Gedisa.
- VARELA, F. (1996) *Conocer*. Barcelona, Gedisa.
- VARELA, F., THOMPSON, E., Y ROSCH, E. (1992) *De cuerpo presente*. Barcelona, Gedisa.
- VILLAGRÁN, M. (2003) "Intentio Videoclip: Lecturas en la búsqueda del lector modelo de la Videomúsica", en *Semioticians*: www.archivos-semiotica.com.ar
- WINOGRAD, T. - FLORES, F. (1989) *Hacia la comprensión de la informática y la cognición*. Barcelona, Ed. Hispano Europea, 1989