

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**Estrategias narrativas y de representación en el videoclip de  
la música andina indígena en Ecuador**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Luis Ernesto Farinango Cabezas**

**Directores**

**María Luisa García Guardia  
Francisco García García**

**Madrid**

**©Luis Ernesto Farinango Cabezas, 2021**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II



## **TESIS DOCTORAL**

# **Estrategias narrativas y de representación en el videoclip de la música andina indígena en Ecuador.**

MEMORIA PARA OPTAR POR EL GRADO DE DOCTOR  
PRESENTADA POR

**Luis Ernesto Farinango Cabezas**

Directores

**María Luisa García Guardia**

**Francisco García García**

**Madrid, 2021**





## DEDICATORIA

Ama Shua, Ama Quilla, Ama Llulla<sup>1</sup>.

Esta investigación la dedico exclusivamente a mis abuelos y a Dios. En ellos encontré aquello que llaman amor incondicional, fuerza y significado en la vida. Sin estudios, pero con muchas ideas y pasión, supieron encaminar a este ser humano que los ama mucho.

---

<sup>1</sup> No robarás, no serás vago y no mentirás.



## **AGRADECIMIENTOS**

Este documento es producto del transitar por diferentes mundos: el indígena, el mestizo y el europeo. Indígena, por mis raíces y pertenencia geográfica; mestizo, por toda la cultura que me envuelve (consciente y subconscientemente); y europeo, porque la vida me permitió viajar a ese continente, donde conocí personas y viví situaciones que hicieron que cuestionara el camino que aparentemente iba en línea recta. Me he nutrido de cada uno de los tres mundos, sus personajes, geografía y tiempos han provocado en mí una búsqueda interna, que luego me permitió contar lo hermoso que guarda este pedacito de tierra en la mitad del mundo, rodeado por la Cordillera de los Andes. Es que somos tierra, a ella nos debemos, y a ella regresaremos.

En primer lugar quiero agradecer a mis directores de tesis, a la Dra. María Luisa García y al Dr. Francisco García, que siempre estuvieron prestos a resolver cualquier duda académica y personal. Sin su paciencia, comprensión y guía; sin sus consejos y recomendaciones oportunas, hubiese sido muy difícil culminar este trabajo. Fueron ellos quienes me animaron a seguir este camino que por momentos sentí abandonar, debido a la falta de fuerzas y recursos.

Asimismo, los agradecimientos corresponden a la Facultad de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad Central del Ecuador (UCE), por brindar todas las facilidades para realizar este trabajo. De manera indirecta, agradezco también al Estado ecuatoriano.

Hago extensivo el agradecimiento a los diferentes grupos de música andina que colaboraron amablemente en esta investigación. Algunos forman parte de este escrito y otros han colaborado de forma indirecta.

Finalmente, expresar que este camino no hubiera sido posible sin la presencia de personas que considero verdaderos espíritus de luz y energía, que me han brindado una mano amiga en Ecuador, México y España. Gratitud eterna a: José Miguel Román, Rodrigo López, Jéssica Farinango, Fredy Ayala, Wilmer Simbaña, a la familia del Sr. Ernesto Muenala y a Sebastián Farinango.

## RESUMEN

En los últimos años, el video musical ha resurgido para tomar fuerza e instalarse en las diversas plataformas que alojan materiales audiovisuales. Un formato estrella de la televisión por cable dentro de la cultura popular de los años 90 se adapta ahora a la lógica de los nuevos medios digitales. Esta adaptación significa el acercamiento del video musical a los distintos públicos, el surgimiento de otras formas de narrar y espacios para representar temas de diversa índole. El carácter versátil, las reglas no tan claras y la espectacularidad del género provocan la atención del mercado musical.

Dicho fenómeno de resurgimiento y consolidación del video musical en la red no ha estado ajeno a la mirada de los productores audiovisuales y de las agrupaciones de música andina indígena en Ecuador. Estos dos actores, principalmente, se han percatado de que la inserción del video musical en la red digital conlleva oportunidades de trabajar funciones publicitarias y, además, generar estrategias de representación de la identidad cultural de los pueblos indígenas a través de la narrativa y la *performance*. En este marco, se da una aparición y un desarrollo sostenido de la producción de videoclips de estilo descriptivo, narrativo y performativo.

El crecimiento en la producción del videoclip de música andina indígena es de interés para productoras audiovisuales, artistas, marcas comerciales, gobiernos locales y para la Academia. Sin embargo, en el contexto ecuatoriano, este último actor ha concentrado sus esfuerzos en el campo del documental audiovisual y el cine. Las líneas de investigación respecto a tales formatos transitan los espacios y temas referidos a la identidad, la autodeterminación, la visibilización, el neocolonialismo y el activismo político. En ese sentido, el videoclip de música indígena andina de Ecuador viene a seguir contribuyendo al

conjunto de productos que se pueden denominar como “video indígena” (Córdoba, 2011), explorando terrenos aparentemente alejados de los discursos de resistencia y lucha.

Dentro del abanico de posibilidades que existen para el estudio del videoclip, este trabajo tiene como objetivo general investigar las principales estrategias narrativas y de representación en el videoclip de la música indígena andina. En lo narrativo, se analizan elementos constitutivos como la historia (contenido) y discurso (expresión) (Chatman, 1990). En lo representacional, el análisis se enfoca en los niveles de representación, tiempo y espacio (Casetti & Di Chio, 1998). Este tipo de abordaje genera, en un primer momento, un ejercicio de descomposición, análisis y agrupación, que culmina, luego, con otro ejercicio mucho más interpretativo.

Para alcanzar este fin se ha elaborado un diseño metodológico que recoge los principales aportes que se han hecho desde la narratología, la semiótica y estudios contemporáneos sobre el video musical. Como marco general para el análisis narrativo se han considerado, principalmente, las ideas de Chatman, complementadas con aportes de Canet y Prósper. En el análisis de la representación, en cambio, se han tomado las ideas de Casetti y Di Chio. Dentro de este marco, se han analizado veinte videos musicales de grupos artísticos indígenas andinos de Ecuador. Los videoclips analizados tienen condiciones particulares. Entre las primordiales: que sean de grupos de músicos que se auto identifiquen como indígenas; que la letra sea cantada en *kichwa*, *kichwa* – español o español; que la producción del video musical haya sido entre los años 2015 a 2020; y que el grupo musical tenga reconocimiento artístico en el mercado musical donde se inserta.

Finalmente, las conclusiones que arrojará este estudio se acercarán a confirmar la hipótesis del inicio: que el videoclip de música andina indígena cumple con funciones publicitarias como promoción y difusión de la obra musical, consolidación de la banda

musical y representación de la vida cotidiana indígena, a través de breves espacios de narración intercalados entre la música.

**Palabras claves:**

*Música andina – Videoclip - Narrativa audiovisual – Representación – Identidad cultural*

**ABSTRACT**

In recent years, the music video has re-emerged to gain strength and install itself in the various platforms that host audiovisual materials. A star format of cable television in the popular culture of the 90s is now adapting to the logic of new digital media. This adaptation means the approach of the music video to different audiences, the emergence of other forms of narration and spaces to represent topics of various kinds. The versatile character, the not-so-clear rules and the spectacular nature of the genre have attracted the attention of the music market.

This phenomenon of resurgence and consolidation of the music video on the internet has not been alien to the eyes of audiovisual producers and indigenous Andean music groups in Ecuador. These two actors, mainly, have realized that the insertion of the music video in the digital network brings opportunities to work advertising functions and, in addition, to generate strategies of representation of the cultural identity of indigenous peoples through narrative and performance. Within this framework, there is an emergence and sustained development of the production of descriptive, narrative and performative style video clips.

The growth in the production of indigenous Andean music video clips is of interest to audiovisual producers, artists, commercial brands, local governments and the Academy.

However, in the Ecuadorian context, this last actor has concentrated its efforts in the field of audiovisual documentary and film. The lines of research with respect to such formats transit the spaces and topics related to identity, self-determination, visibilization, neocolonialism and political activism. In this sense, the video clip of Andean indigenous music from Ecuador continues to contribute to the set of products that can be called "indigenous video" (Córdoba, 2011), exploring areas apparently far from the discourses of resistance and struggle.

Within the range of possibilities that exist for the study of the video clip, the general objective of this work is to investigate the main narrative and representation strategies in the video clip of Andean indigenous music. In the narrative aspect, constitutive elements such as story (content) and discourse (expression) are analyzed (Chatman, 1990). In the representational aspect, the analysis focuses on the levels of representation, time and space (Casetti & Di Chio, 1998). This type of approach generates, at first, an exercise of decomposition, analysis and grouping, which then culminates in a much more interpretative exercise.

To achieve this end, a methodological design has been developed that includes the main contributions that have been made from narratology, semiotics and contemporary studies on music video. As a general framework for the narrative analysis, we have mainly considered Chatman's ideas, complemented with contributions from Canet and Prósper. In the analysis of representation, on the other hand, the ideas of Casetti and Di Chio have been taken. Within this framework, twenty music videos of Andean indigenous artistic groups from Ecuador have been analyzed. The video clips analyzed have particular conditions. Among the primordial ones: that they are of groups of musicians who self-identify as indigenous; that the lyrics are sung in Kichwa, Kichwa-Spanish or Spanish; that the

production of the music video has been between the years 2015 to 2020; and that the musical group has artistic recognition in the music market where it is inserted.

Finally, the conclusions that this study will yield will come closer to confirming the initial hypothesis: that the video clip of indigenous Andean music fulfills advertising functions such as promotion and dissemination of the musical work, consolidation of the musical band and representation of indigenous daily life, through brief spaces of narration interspersed between the music.

**Keywords:**

*Andean music - Videoclip - Audiovisual narrative - Representation - Cultural identity.*



## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	5
AGRADECIMIENTOS .....	7
RESUMEN.....	9
ABSTRACT .....	11
TABLA DE CONTENIDO .....	15
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>19</b>
1.1. OBJETO Y CONTEXTO .....	19
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	23
1.3. FINALIDAD .....	24
1.4. OPORTUNIDADES.....	25
1.5. RECURSOS .....	26
1.6. ESTRUCTURA GENERAL.....	27
<b>2. TEORÍAS PREVIAS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.....</b>	<b>29</b>
2.1. EL ESTUDIO DE LA IMAGEN, MIRADAS Y TEXTOS AUDIOVISUALES.....	31
<b>2.1.1. Introducción .....</b>	<b>31</b>
<b>2.1.2. Cultura visual y/o audiovisual .....</b>	<b>33</b>
2.1.2.1. Características de la cultura visual .....	37
2.1.2.2. La imagen digital y su inserción en la cotidianidad .....	39
<b>2.1.3. Teoría de la enunciación.....</b>	<b>43</b>
2.1.3.1. Semiótica, imagen y narración .....	46
2.1.3.2. Texto audiovisual.....	50
<b>2.1.4. La mirada y los usos políticos de la imagen .....</b>	<b>54</b>
2.2. ANÁLISIS NARRATIVO Y DE LA REPRESENTACIÓN AUDIOVISUAL .....	59
<b>2.2.1. Introducción .....</b>	<b>59</b>
<b>2.2.2. Análisis narrativo del audiovisual .....</b>	<b>61</b>
2.2.2.1. Estructura narrativa .....	66
2.2.2.2. Trama y Conflicto .....	71
2.2.2.3. Tríada narrativa .....	76
2.2.2.4. Historia y contenido.....	78
2.2.2.4.1. Sustancia: referencia e ideología .....	78
2.2.2.4.2. Sucesos, acciones y acontecimientos.....	79
2.2.2.4.3. Los personajes .....	85
2.2.2.4.4. Escenarios .....	92
2.2.2.5. Discursos y expresión .....	94
2.2.2.5.1. Análisis general de la imagen audiovisual.....	96
2.2.2.5.2. Plano, escena y secuencia .....	97
2.2.2.5.3. Posiciones de la cámara .....	99
2.2.2.5.4. Movimiento de cámara .....	100
2.2.2.5.5. Iluminación y colores.....	101
2.2.2.5.6. Sonido, música e imagen .....	102
<b>2.2.3. Análisis de la representación en la producción audiovisual .....</b>	<b>106</b>
2.2.3.1. Niveles de representación .....	114
2.2.3.2. El espacio.....	119
2.2.3.3. Tiempo .....	124
2.2.3.4. Regímenes de representación.....	130
<b>2.2.4. El montaje cinematográfico .....</b>	<b>130</b>
2.3. CULTURA, IDENTIDAD Y MÚSICA INDÍGENA ANDINA .....	134
<b>2.3.1. Introducción.....</b>	<b>134</b>
<b>2.3.2. La cultura como concepto liberador y homogeneizador .....</b>	<b>135</b>
2.3.2.1. Las identidades inestables e híbridas .....	142

2.3.2.2. Cultura Popular y Música .....	148
2.3.2.3. El ritual y el cuerpo en las ceremonias y festividades andinas.....	151
2.3.2.4. La fiesta en la cultura andina .....	153
<b>2.3.3. Música andina en Ecuador</b> .....	<b>157</b>
2.3.3.1. Usos y funciones de la música en la cultura.....	157
2.3.3.2. Música nacional en Ecuador .....	163
2.3.3.3. Clasificación de la música popular ecuatoriana .....	169
2.3.3.4. Música andina indígena del Ecuador .....	174
2.3.3.5. Circuitos de la música andina (históricos y de nueva aparición).....	179
<b>2.3.4. Visualidad indígena</b> .....	<b>180</b>
<b>2.4. EL VIDEOCLIP MODERNO</b> .....	<b>184</b>
<b>2.4.1. Origen del videoclip</b> .....	<b>184</b>
<b>2.4.2. El videoclip en la red</b> .....	<b>186</b>
<b>2.4.3. Características del videoclip en la actualidad</b> .....	<b>190</b>
<b>2.4.4. Definiciones de videoclip musical</b> .....	<b>196</b>
<b>2.4.5. Tipologías y clasificaciones del videoclip</b> .....	<b>204</b>
2.4.5.1. El videoclip narrativo.....	209
2.4.5.2. El videoclip musical contra hegemónico.....	215
<b>2.4.6. Circuito de la producción del video musical andino</b> .....	<b>219</b>
<b>2.4.7. Publicidad audiovisual y videoclip musical</b> .....	<b>222</b>
<b>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>233</b>
3.1. UNIVERSO .....	235
3.2. MUESTRA.....	235
3.3. PROBLEMA Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	237
3.4. OBJETIVOS .....	237
3.5. HIPÓTESIS.....	239
3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	240
3.7. DISEÑO DEL ANÁLISIS DEL VIDEOCLIP .....	244
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	<b>253</b>
<b>4.1. ANÁLISIS DE LOS VIDEOS MUSICALES</b> .....	<b>255</b>
<b>4.1.1. “Jahua Ñan” – Mana Maymanda</b> .....	<b>255</b>
<b>4.1.2. “Kridayashka” - Ñucanchi ñan</b> .....	<b>267</b>
<b>4.1.3. “Olvidarte” - Grupo Achik</b> .....	<b>277</b>
<b>4.1.4. “Nos vemos en la próxima vida” – Charijayac</b> .....	<b>288</b>
<b>4.1.5. “Unan las manos” - Los Nin</b> .....	<b>298</b>
<b>4.1.6. “Rina cani” – Winiaypa</b> .....	<b>308</b>
<b>4.1.7. “Shungu chakishka” - Ñucanchi ñan</b> .....	<b>318</b>
<b>4.1.8. “Flor de mi corazón” - Amauta Ñanpi</b> .....	<b>330</b>
<b>4.1.9. “Kusayu” - Rimay (parte 1)</b> .....	<b>340</b>
<b>4.1.10. “Rirkanki” - Rimay (parte 2)</b> .....	<b>350</b>
<b>4.1.11. “Orgullosa encanto” – Amarak</b> .....	<b>359</b>
<b>4.1.12. “Hilandería” - Los Ñucanchis</b> .....	<b>368</b>
<b>4.1.13. “Te buscaré” - Grupo Amaru</b> .....	<b>377</b>
<b>4.1.14. “Mandarina” - Yariway Bruselas</b> .....	<b>387</b>
<b>4.1.15. “Amarumi” - La Mafia Andina</b> .....	<b>397</b>
<b>4.1.16. “Tigramurkani” – Azamakuna</b> .....	<b>406</b>
<b>4.1.17. “Sisagu” – Tuldupay</b> .....	<b>416</b>
<b>4.1.18. “Recuerdos” – Charyk</b> .....	<b>425</b>
<b>4.1.19. “Shuyashka punlla” - Mana Maymanda</b> .....	<b>434</b>
<b>4.1.20. “Kimsa warmiyu” / Generación Runa Kay</b> .....	<b>443</b>
4.2. RESÚMENES CONCLUSIVOS .....	452
4.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GLOBAL DEL COMPONENTE NARRATIVO .....	458
4.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GLOBAL DEL COMPONENTE DE LA REPRESENTACIÓN .....	465
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	<b>472</b>

5.1. RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	472
5.2. CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.....	475
5.3. CONTRASTE DE HIPÓTESIS .....	478
<b>6. DISCUSIÓN .....</b>	<b>482</b>
6.1. ANÁLISIS CRÍTICO DE LOS RESULTADOS .....	482
6.2. APORTACIONES AL CAMPO .....	484
6.3. NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	485
<b>7. APLICACIONES .....</b>	<b>488</b>
7.1. APLICACIONES TEÓRICAS.....	488
7.2. APLICACIONES PRÁCTICAS .....	492
<b>8. REFERENCIAS.....</b>	<b>498</b>
<b>9. ÍNDICES .....</b>	<b>509</b>
9.1. TABLAS .....	509
9.2. IMÁGENES.....	509



# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. OBJETO Y CONTEXTO

El videoclip musical es un producto versátil, híbrido y de alta creatividad. Mediante este producto audiovisual, los artistas, con grandes o acotados presupuestos, han sabido llegar a sus seguidores para difundir y promocionar sus trabajos. Años atrás, la difusión del videoclip sucedía en los grandes medios de comunicación, pero con la aparición de la red y sus diversas plataformas, los artistas han podido evadir a los grandes medios y concentrarse en distribuir su material a través de los canales digitales.

Si bien es cierto que el videoclip no es un producto comunicativo de reciente aparición en el mundo audiovisual, el surgimiento de la red ha provocado que renazca y cobre mayor fuerza, despertando el interés por parte de la industria, la Academia y los usuarios-espectadores, por solo mencionar a algunos actores.

Por ese motivo, el análisis del videoclip representa un objeto de estudio de gran interés desde lo profesional y académico, y resulta oportuno porque su producción, desde hace no más de 20 años, reúne distintas lógicas. Concentrando la explicación en el sector de la producción y consumo, se evidencia un crecimiento en la elaboración profesional, semiprofesional y casera del videoclip. Asimismo, el consumo del clip musical ya no sucede exclusivamente en la televisión, ahora también se involucran diversas pantallas (*laptops*, tabletas, móviles) en su disfrute. De esta manera, la producción y el consumo del videoclip recobra la fuerza de los años 80, pero ahora potenciado por la red y sus diferentes recursos.

Se entiende por videoclip: “un cortometraje basado en el desarrollo de una composición musical previa que fundamenta el despliegue de un conjunto de imágenes, las

cuales, unidas a la música, dan lugar a un nuevo discurso estético” (Illescas, 2014, p.41). Sin embargo, la producción del videoclip no está exenta de visiones críticas. En ese marco, existen posturas sobre la funcionalidad netamente comercial del videoclip musical, que lo caracterizan como un dispositivo de control de las industrias culturales de la música sobre la masa de consumidores acríticos (*mainstream*); un producto considerado como “mercanarrativa” (Sedeño, 2007), con fines exclusivamente comerciales.

En cambio, existe una orilla más flexible, en donde se describe a los videoclips musicales como dispositivos y espacios de difusión, promoción, experimentación y representación de los artistas independientes o consolidados. Así, se evidencia que una de las primeras funciones del clip musical, sobre todo desde la perspectiva de la publicidad, es la difusión y promoción de una obra musical.

Desde otro punto de vista, se analizan estructuras mucho más profundas, que quizá escapen al ojo no entrenado. En el presente estudio se pretende reflexionar sobre las estructuras narrativas y de representación que se encuentran dentro de la puesta en escena del producto audiovisual. Todo elemento que aparece en el video musical responde a criterios y rasgos culturales (ritualidades y representaciones), que son importantes para el análisis. A nuestro criterio, el video musical es un medio y un producto audiovisual donde se cruzan (y a la vez se distancian) conceptos como lo estable y lo dinámico; lo tradicional y lo moderno; lo local y la globalización; las raíces y lo efímero.

La producción, la circulación y el consumo del video musical en la periferia pueden parecer insignificantes desde lo comercial o la retribución económica; sin embargo, dentro de un país dominado históricamente por *élites* blanco-mestizas que han implantado su capital cultural y social sobre los gustos, las estéticas y los comportamientos populares, el producir un videoclip musical desde una visión andina indígena representa un desafío y una contestación frente al canon cultural. La *élite*, desde el centro, ejerce su poder para evitar

una contaminación, pero los sectores populares, desde el borde, han sabido lidiar con ella, creando discursos y productos contrahegemónicos, direccionados por su propia determinación.

Es cierto que la circulación de los videoclips musicales, con la ayuda de internet y sus diversas plataformas (y también de otros factores: la industria, los artistas o los representantes), puede extenderse por el mundo entero; pero en el caso de los artistas independientes, la producción y circulación del material audiovisual responde siempre a una experimentación y se piensa como un negocio a escala muy reducida. Una estrategia para lograr ese acercamiento con sus seguidores es construir discursos cercanos, donde se cuentan historias locales, con estéticas tradicionales (y algunas veces modernas), y que muestran el lugar de origen de los intérpretes musicales. Así, el videoclip, además de ser un dispositivo de promoción, es un medio en el que se materializan los códigos y símbolos culturales de un grupo humano.

Los productores audiovisuales y músicos (en algunos casos vienen a ser las mismas personas) elaboran el videoclip musical con dos objetivos: a) visibilidad, como producto y medio para la promoción del material musical; b) como espacio de autorrepresentación. Ese ejercicio de mostrarse y definirse implica conflicto, incluso entre los mismos artistas, porque la identidad cultural es asumida de diferentes formas por cada agrupación musical indígena. La tensión entre grupos, que se evidencia en las imágenes del videoclip, contribuye a que el concepto de identidad tenga rasgos más dinámicos, inestables, contradictorios e híbridos. Una concepción de identidad con estas características tal vez sea más adecuada para dibujar la realidad actual de las nuevas generaciones de los indígenas. En ese sentido, la ebullición de la energía de los más jóvenes por dibujar su propia cultura ha encontrado en el video musical su principal instrumento de expresión y materialización.

En la misma línea argumental, Omar Rincón, ensayista colombiano, considera que en esta época posmoderna todos somos de “padres bastardos” (haciendo referencia a la existencia de elementos híbridos en la configuración de la cultura), pero no por ello se deja de pensar en la localidad. Lo local sería, metafóricamente hablando, la madre que da sentido a esta relación problemática con lo global. Esta dinámica de mutua influencia entre dos fuerzas, provoca las siguientes preguntas: ¿cuáles son los elementos estables y variables dentro de lo local y lo global?, ¿dónde se puede evidenciar aquella lucha o convivencia? En el caso de los videoclips musicales sobre los que se reflexionará, pertenecientes a los músicos indígenas ecuatorianos, lo local está presente siempre en las letras, la vestimenta, los rituales o los ambientes. En cambio, lo global se puede percibir en las influencias, materializadas en la composición musical, las técnicas narrativas y de representación. Como se observará, la cultura local no es motivo de desprecio, sino razón de orgullo de estos grupos históricamente desplazados y discriminados.

Sin embargo, cabe aclarar que los objetos que serán motivo de análisis (veinte videos musicales) no representan o no corresponden a las grandes industrias culturales, sino todo lo contrario: se quiere evidenciar la producción del clip musical en casas productoras audiovisuales con características locales y regionales, y con presupuestos limitados. En ese sentido, se considera que los artistas de la música andina de Ecuador se encuentran fuera del territorio del *mainstream*; su música y sus videos musicales circulan por el borde o la periferia del mercado musical y su difusión sucede a través de las redes de solidaridad y redes sociales digitales.

Este trabajo analizará los componentes formales, de representación y narrativos en el videoclip de la música andina indígena ecuatoriana. En primer lugar, se busca analizar la parte más superficial o evidente, que es la producción del videoclip musical, intentando descifrar si existe un trabajo planificado sobre la imagen por parte de las casas productoras

o los mismos artistas (ya que algunos músicos producen su propio material). En segundo lugar, en un nivel mucho más profundo, se busca identificar los elementos propios de la cultura indígena que aparecen en el videoclip como producto del trabajo a nivel de representación y narrativa. De esta forma, se podrá determinar si ese ejercicio de producción cumple con otras funciones, más allá de la simple promoción o difusión de un contenido musical.

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

El interés por esta investigación surge como continuación de un trabajo académico realizado en el marco de la maestría en Comunicación y Opinión Pública, con el título: *Proceso de hibridación de la identidad indígena reflejado en la música andina: caso de estudio de la agrupación Los Nin de la ciudad de Otavalo*. En dicha tesis de maestría se tocaron temas de identidad cultural, música andina y juventud. Esta vez, la intención es buscar y analizar las relaciones entre lo audiovisual, la identidad cultural y la música andina. El producto u objeto de análisis que, sin dudas, combina todo esto es el videoclip musical.

El videoclip, como formato versátil, permite ser analizado desde diversas perspectivas, pero dentro de este trabajo cruzará, principalmente, los campos de la narrativa y la representación. La aplicación de diferentes métodos de análisis permitirá saber *qué* se dice y *cómo* se dice sobre cuestiones de la cultura indígena en Ecuador.

A nivel social y académico, el video, en sus diversos formatos, que tenga alguna relación con el mundo indígena es de gran interés de parte de los investigadores sociales. Pero todos sus estudios responden a miradas críticas donde se representa al sujeto indígena como un hombre que no tiene ningún tipo de agencia política o cultural. En este trabajo, en cambio, se considera que, a través del videoclip, la condición de sujeto pasivo del hombre

indígena se transforma para convertirlo en un ser creativo, cuestionador y explorador de los discursos y las representaciones en el campo de la producción musical y audiovisual.

El estudio del video musical andino permite observar las relaciones de armonía y conflicto entre concepciones de identidad, tradición, innovación, localidad, globalización, resistencia, entretenimiento y cultura. Es un producto audiovisual que, aunque no se halla completamente dentro de la militancia política, aporta, a través de su puesta en escena, su idioma, vestimenta, sus sentimientos y temas, a la definición de rasgos culturales y a la autodeterminación de los pueblos.

### 1.3. FINALIDAD

A nivel académico, este trabajo se propone observar cómo los dispositivos culturales como el videoclip son instrumentos que influyen en la identidad cultural de grupos humanos, en este caso en la comunidad indígena del Ecuador. Por esa razón, se investigan las relaciones entre los conceptos de cultura visual, identidad, nuevos medios de comunicación digital y artistas de música andina indígena ecuatoriana. Con esto, se intenta que los jóvenes investigadores en Comunicación se interesen por este tipo de temáticas que ayudan al entendimiento y desarrollo cultural de los grupos humanos.

La investigación propone una metodología e instrumentos de análisis para las producciones audiovisuales. Se parte de una visión bastante general sobre el modo de análisis de lo audiovisual, pero luego se focaliza específicamente en el video musical. Lo metodológico servirá, entonces, para analizar las producciones y obtener datos que serán útiles para diversos fines.

La finalidad a nivel conceptual y metodológico se relaciona inevitablemente con el nivel profesional. Es decir, observar la calidad de las producciones audiovisuales de los

artistas indígenas. Este trabajo busca conocer las formas de producción que han desarrollado los indígenas para crear su propia representación.

De esta forma, se establecerán las bases para reflexionar sobre la identidad cultural, los nuevos medios digitales, y la producción del videoclip musical de la música andina indígena del Ecuador.

#### 1.4. OPORTUNIDADES

Este trabajo académico es oportuno porque en la actualidad se ha consolidado lo que se podría denominar “cultura visual”, que se materializa en diversos formatos y convive con la cotidianidad de los sujetos. En medio de esta variedad, el formato del videoclip musical ofrece la oportunidad de analizar un producto y fenómeno que no suele ser del interés de los investigadores en el contexto ecuatoriano. Así, el video musical (una estructura que combina imágenes, sonidos y textos) ofrece la posibilidad de examinar los discursos, contenidos y formas de representación de la identidad cultural indígena.

Asimismo, el desarrollo de la tecnología en referencia a la miniaturización de los dispositivos y la velocidad de internet, provoca un acercamiento cada vez mayor a los procesos globales. Cuando se realiza una observación desde un espacio local hacia un espectro más amplio y global, los elementos considerados “puros y tradicionales” tienden a erosionarse y experimentar cambios a distintos ritmos y en distintas direcciones. En este sentido, los medios y contenidos de fácil acceso han provocado que las identidades culturales de los pueblos indígenas tengan que cambiar, adaptarse o entrar en conflicto. El videoclip es un producto donde se evidencian estas dinámicas.

En tal contexto, el video musical vuelve a consolidarse con fuerza como el formato más atractivo para las audiencias, los artistas y las casas productoras de la música andina

indígena en Ecuador. En resumen, los artistas ven en el clip musical el medio y el producto más idóneo para posicionar la imagen de la banda y el tema musical, y también para hablar sobre la cultura indígena a través de sus historias.

## 1.5. RECURSOS

### 1.5.1. Personales

La exploración de la música andina tiene raíces en mi trabajo de fin de máster en Quito, Ecuador. A partir del 2012, he guardado contacto con actores claves de la escena musical, como productores de videos musicales, representantes artísticos y bandas que, considero, aportarán a la investigación.

### 1.5.2. Económicos

Los recursos económicos para este trabajo provienen de los estipendios de la Universidad Central del Ecuador (UCE) y financiamiento particular.

### 1.5.3. Documentales

Los recursos documentales serán extraídos de mi biblioteca personal, de documentos y libros de la Universidad Central del Ecuador (UCE) y de la base de datos de las bibliotecas de la ciudad de Quito y la Universidad Complutense de Madrid (UCM).

## 1.6. ESTRUCTURA GENERAL

Este trabajo académico inicia con el desarrollo de la introducción a la investigación, donde se describe el objeto, los objetivos, la justificación y los fines que persigue esta tesis.

En el capítulo dos, **“Teorías y estado de la cuestión”**, comienza el abordaje de algunos conceptos como imagen, cultura visual, la relación de la imagen con la teoría de la enunciación y con el campo de la narrativa. En un segundo momento, las reflexiones se concentran en los diferentes tipos de análisis audiovisual. En este caso, para fines de estudio, se ha focalizado en tres posibilidades: análisis formal, análisis narrativo y análisis de la representación.

En un tercer momento, dentro del capítulo dos, se explican las relaciones entre la cultura y la identidad indígena andina, desde una perspectiva orientada sobre todo a las nociones de mito, tradición, música popular, música indígena y fiesta (que se consideran representadas en los videos musicales que serán motivo de análisis). Finalmente, cerrando el segundo capítulo, se revisa y se analiza el concepto de videoclip musical, sus características, tipología y funciones publicitarias.

En el capítulo tres, **“Diseño y metodología de investigación”**, se explica el objeto de estudio, la metodología y las herramientas más frecuentes para este tipo de procedimientos. Además, se enumeran los criterios a partir de los cuales fueron seleccionados los objetos de análisis. Por último, se detalla el diseño de investigación utilizado para analizar los videos musicales.

En el capítulo cuatro, **“Análisis de los videoclips”**, se analizan veinte videos musicales de agrupaciones artísticas indígenas. La mayoría de los grupos pertenecen a la zona norte del Ecuador, pero también se han recogido obras audiovisuales de otras nacionalidades indígenas del sur de la serranía ecuatoriana. El análisis se divide, en primera

instancia, en narrativo y representativo. Luego, se realiza una interpretación global sobre los componentes narrativos, y finalmente, una interpretación general sobre el componente de la representación.

Luego del análisis se encuentra la “**Discusión**”, con las posibles aplicaciones prácticas y, por último, las “**Conclusiones**”. En las últimas páginas se ubican las referencias bibliográficas y los anexos.

## **2. TEORÍAS PREVIAS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN**



## 2.1. EL ESTUDIO DE LA IMAGEN, MIRADAS Y TEXTOS AUDIOVISUALES

*No hay un modo*

*No hay un punto exacto*

*Te doy todo*

*Y siempre guardo algo*

*Si estás oculta*

*¿Cómo saber quién eres?*

*Me amas a oscuras*

*Duermes envuelta en redes.*

**“Signos”, Soda Stereo.**

### 2.1.1. Introducción

En este capítulo se evidenciará la importancia fundamental del tópico de lo audiovisual en la cultura posmoderna. Esta revisión analítica obliga a tocar temas relacionados a la imagen desde diversas perspectivas, como por ejemplo la teoría de la imagen, pasando por la socio – semiótica y por los estudios de la cultura, la narratología y la perspectiva política.

La sociedad actual está rodeada de imágenes, fijas y en movimiento, que parecen ser parte de una condición “natural”, quedando exentas de cualquier tipo de análisis. “Las imágenes tienden a verse muchas veces como si la realidad que vehiculan o representan hablase directamente a través de ellas, olvidando lo que de mediación y operación social

expresiva y transfigurante trae consigo su producción tecnológica” (Brisset, 2011, p.35). En la misma línea, se puede pensar en las palabras de García-García (2014), quien señala que: “la imagen no solo representa el mundo, sino que se carga con un nuevo plus de significación” (p.22).

El desarrollo acelerado de los dispositivos digitales móviles, la mayor capacidad de almacenamiento y la velocidad de la conexión de internet ha provocado, dentro de los campos relacionados a las imágenes, a nivel profesional y en la vida cotidiana, una explosión y crecimiento sin precedentes. Al mismo tiempo, desde el punto de vista de los espectadores, las imágenes y los contenidos audiovisuales actuales traen consigo nuevas formas de interacción y consumo.

Los cambios que ocurrieron en este contexto han impulsado a los grandes medios de comunicación a replantear su modelo de negocios, que en un principio se había dedicado a difundir contenidos (series, cine, entretenimiento audiovisual) desde un punto fijo hacia una audiencia desconocida y, aparentemente, homogénea. La nueva lógica de la comunicación ha obligado a las empresas a redefinir su estrategia de difusión de contenidos; esto implica que, además de pensar en el contenido en sí mismo, ahora cobran relevancia las características del espectador. Así, se genera un consumo “a la carta” de los contenidos audiovisuales. “Es necesario considerar tanto los mecanismos por lo que se materializa un producto audiovisual, como aquellos por los que se carga de significación, así como de qué modos podrá ser luego interpretado por su receptor” (Brisset, 2011, p.37).

En este marco, algunas de las preguntas que competen a esta investigación son: ¿cuáles son las condiciones de producción de lo audiovisual en la posmodernidad?; ¿se pueden identificar las funciones comerciales, narrativas, discursivas y estéticas en un producto audiovisual como el videoclip?; ¿los productos audiovisuales son herramientas que sirven para la representación de una cultura?; ¿existe la posibilidad de que, a través de los

productos audiovisuales, se pueda visibilizar a los grupos subalternos de una sociedad dominada por el capital?

### **2.1.2. Cultura visual y/o audiovisual**

Este apartado se concentrará en diferentes definiciones del concepto de “cultura visual”. En un primer momento, se realizará una conceptualización bastante general, que luego se tornará más concreta, en relación a los diversos campos de estudio.

Como primera aproximación, podemos pensar con Abril (2013), que: “la cultura visual es una forma de organización socio-histórica de la percepción visual, de la regulación de funciones de la visión, y de sus usos epistémicos, estéticos, políticos y morales” (p.35). El concepto hace referencia a “[...] un modo socialmente organizado de crear, distribuir e inscribir *textos visuales*, procesos que implican siempre unas determinadas tecnologías del hacer-visible, técnicas de producción, de reproducción y de archivo” (Ibid.). Esta explicación ha estado presente durante gran parte de la historia de la humanidad, pero con el desarrollo de la tecnología digital, la cantidad de imágenes, las tecnologías, la producción, la circulación y los espacios de influencia han aumentado vertiginosamente.

Como refiere Acaso (citado en Manso, 2013), la cultura visual es un conjunto de representaciones de una sociedad, que pueblan la cotidianidad, y es un factor determinante en la creación de identidad de los individuos de esta época. Manso (2013) expresa que:

Estas imágenes constituyen la formación de los individuos construimos nuestro campo de conocimientos y nuestra forma de vida, en definitiva nuestra identidad, es un sistema general de formas simbólicas al que se accede por el sentido de la vista y

que dota de significado al mundo en el que viven las personas que pertenecen a dicho sistema. (p.64)

Para Mirzoeff (2003) “la cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual” (p.19). El autor entiende por tecnología visual: “[...] cualquier forma de aparato diseñado para ser observado o para aumentar la visión natural, desde la pintura al óleo hasta la televisión en Internet” (Ibid.).

Walker y Chaplin, por su parte, hacen referencia a la cultura visual como:

[...] aquellos objetos materiales, edificios e imágenes, más los medios basados en el tiempo y actuaciones, producidos por el trabajo y la imaginación humana, que sirven para fines estéticos, simbólicos, rituales o ideológico-políticos, y/o para funciones prácticas, y que apelan al sentido de la vista de manera significativa. (citado en Manso, 2013, p.65)

De esta manera, se explica cómo la imagen ha invadido la cotidianidad a través de diversas tipologías. Según García Aguilar (2015): “[la cultura visual] se trata del mundo de las imágenes, que expresan y – a la vez – modelan nuestra existencia dentro de la sociedad y el mundo” (p.60).

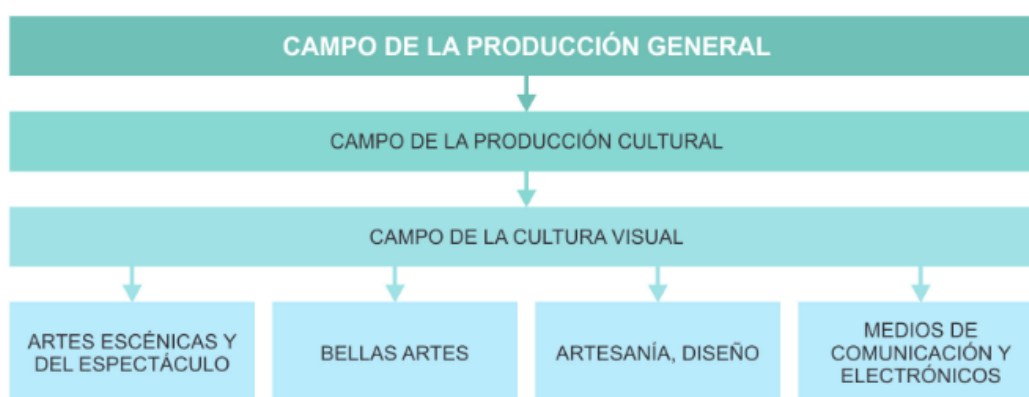
Alberto Abril y Adolfo León (2017) establecen, en cambio, la noción de *cultura audiovisual*<sup>2</sup>, haciendo referencia “al conjunto de productos provenientes del cine, la televisión, el video en cualquiera de los formatos y fines (video-arte, video-instalación, clip

---

<sup>2</sup> Santiago Carpio menciona que el término audiovisual se utilizó en EE.UU. con la aparición del cine, pero sería en Francia donde cobraría fuerza para referirse a las imágenes simultáneas.

musical, video amateur), el spot propagandístico, publicitario e informativo, entre otros más” (p.2).

**Figura 1.** *Campo de Actuación de la cultura visual.*



*Nota:* Emma Alonso.

Para Mirzoeff (2003), la cultura visual de esta época radica en las prácticas cotidianas de representar a través de la imagen la existencia de los individuos. Esto ha provocado que aparezcan otros espacios de visibilización y difusión de las imágenes (por ejemplo, las redes sociales), además de los espacios estructurados que la sociedad y sus instituciones han formalizado. Pero como indica Merleau-Ponty, citado en Abril (2013): “la cultura visual desborda, además, el marco puramente perceptivo de la visión: lo visible siempre tiene un armazón invisible” (p.35). Es decir, que la forma de presentar o mirar siempre enfoca algo y deja al margen otros elementos.

La cultura visual es una organización socio-histórica, y por eso se puede hablar de los *regímenes de visibilidad*. Así, “podemos distinguir regímenes de visión que regulan los modos de ver. Hay un régimen de invisibilidad: por ejemplo, mientras el arte del politeísmo hace visibles a los dioses, el del monoteísmo invisibiliza al Dios único” (Nancy citado en Abril, 2013, p.37). En otras palabras, “[la visión] responde a intereses particulares de una

élite dirigente, y está dirigida a un grupo social o asentamiento humano” (Bermúdez, 2010, p.5).

En síntesis, Acaso expresa que la cultura visual es:

[...] el conjunto de representaciones visuales que forman el entramado que dota de significado al mundo en el que viven las personas que pertenecen a una sociedad determinada. La cultura visual es el conjunto de productos visuales que pueblan nuestra cotidianidad y dan origen a la identidad del individuo contemporáneo. (Citado en Manso, 2013, p.66)

Esa cultura visual se consolida de forma fuerte y dinámica porque el usuario ya no es un espectador alejado que mira de forma indirecta el proceso. El hecho de ser partícipe, a través del consumo o la colaboración, genera que el usuario sea parte activa de esta cultura. Roig, mencionado en Abril y León (2017), enfatiza sobre este proceso:

No resulta para nada exagerado plantear que la interconexión de los *públicos* alrededor de intereses, experiencias e inquietudes comunes es uno de los principales motores de transformación no solo de las industrias culturales sino del propio concepto de producción cultura [...] la tendencia a la participación, la colaboración, el diálogo crítico, la reapropiación, el intercambio, la difusión o la (co) creación y de (y con) los públicos en la cultura audiovisual contemporánea tiene un profundo calado. (p.3)

Así, el audiovisual, haciendo referencia a las ideas de Abril y León (2017), no solo puede ser analizado a nivel del dispositivo digital sino hay que tener en cuenta otras variables

como la producción, distribución y consumo. Además, como explica Mirzoeff (2003): “el primer paso hacia los estudios sobre la cultura visual consiste en reconocer que la imagen visual no es estable, sino que cambia su relación con la realidad externa en los determinados momentos de la modernidad” (p.26).

Uno de los campos del saber que se dedica al estudio de la imagen es la iconología: “[La iconología] se ocuparía así de una modalidad de producción de sentido y hasta de producción de verdad – entendiendo, claro está, que todo sistema de producción de verdad lo es también de producción de falsedad – diversa de la lingüística” (Abril, 2013, p.39). Este campo del saber sobre las imágenes busca explicar las condiciones de producción de una imagen y qué factores sociales intervienen en el contenido de lo que se muestra.

#### 2.1.2.1. Características de la cultura visual

Una de las primeras características que se puede recoger de la cultura visual, teniendo en cuenta las ideas Manso y Acaso, es la cotidianidad de la imagen. La sociedad actual no puede prescindir de la imagen en todos los ámbitos sociales, culturales, económicos, educativos, etc. El desarrollo de los aparatos tecnológicos ha provocado, además, que la imagen se introduzca en espacios antes impensados.

Así, a través de diferentes dispositivos y soportes, la imagen ha naturalizado su presencia, e incluso se ha hecho necesaria para legitimar ciertas prácticas, logrando que su ausencia provoque, en ocasiones, sensaciones perturbadoras. El predominio de la imagen no solo se observa dentro de un dispositivo, sino también en el transitar por las calles, al observar las vallas publicitarias, anuncios en la prensa escrita, afiches pegados en las paredes, etc.

Sin embargo, todo lenguaje es proclive de manipular, y es precisamente esa idea la que plantea Manso al momento de reflexionar sobre la imagen. La autora menciona que: “leer una imagen implica una descodificación o disección de sus elementos integrantes” (Manso, 2013, p.67). Es decir que, a pesar de que la imagen se presenta como objetiva e incuestionable, es necesario poseer una educación para leer de manera crítica lo que se muestra. Mientras exista un desconocimiento sobre cómo opera la imagen, habrá grandes posibilidades de manipulación. Por ejemplo, el cine, una estructura compuesta principalmente de imágenes, “depositaria de tantas historias reales y ficticias, es un maravilloso instrumento en enculturación: genera cultura, construye realidad social” (García García, 2014, p.25).

Toda imagen requiere de diversos niveles de análisis, desde un nivel superficial (denotativo, lo que se mira), pasando por elementos técnicos, hasta alcanzar niveles mucho más profundos (connotación). Luego del análisis, se pueden evidenciar ideologías, valores y la voluntad de activar alguna emoción. Los relatos cinematográficos, por ejemplo, hacen referencia a una cultura en un tiempo y espacio específicos, y deben entrar en diálogo con los espectadores que comparten aquellos códigos para la interpretación y entendimiento del mensaje audiovisual (García-García, 2014).

Así, en la cotidianidad, los medios de comunicación (tradicionales o digitales) “tienden a formar una realidad «más real» que la vida misma, donde las imágenes son perfectas, provocando que todos nos obsesionemos con esa perfección; a través de la imagen nos están «educando» a la vez que estamos disfrutando” (Manso, 2013, p.67). Por este motivo, hay que poner el foco de atención en el narrador que ha creado un discurso audiovisual, real o de ficción, ya que éste posee sus propias creencias y formas de mirar el mundo. Así, siempre que se observa una imagen queda en entredicho lo que se está mirando

y surge el interrogante sobre cuánto de creencia e ideología hay en lo que nos muestra (García-García, 2011).

Manso (2013) afirma que: “sin darnos cuenta, gracias a la cultura visual estamos generando conocimiento, un conocimiento que se forma en nosotros de una manera inconsciente y sin ningún tipo de esfuerzo y, lo mejor de todo, proporcionándonos un gran placer” (p.68). En síntesis, la imagen es portadora de ideas, valores, emociones, comunicaciones y conocimientos que en la actualidad circulan de modo veloz. Por eso es necesario analizar las diferentes dimensiones de la imagen y su influencia en la vida de las personas: la presencia de la imagen frente al sujeto nunca será inocente.

#### 2.1.2.2. La imagen digital y su inserción en la cotidianidad

Las imágenes, fijas o en movimiento, están tan naturalizadas en la vida cotidiana que cuestionarlas resulta hasta sospechoso para algunas personas. Con el desarrollo de los dispositivos y la mayor velocidad de Internet, la imagen ha invadido la cotidianidad de nuestras vidas: se encuentra con relativa facilidad en las redes sociales o almacenada en la memoria de los dispositivos. A este panorama se lo puede definir como la *ecología de la imagen* (Villafañe, 2006).

De igual modo ocurre con las imágenes de la realidad externa: a través de la publicidad, que se difunde en grandes pantallas o pancartas, acompañan en todo momento al ciudadano. “Con la fotografía, el cine y la televisión hasta la multiplicidad de imágenes visuales y sonoras que componen nuestros entornos domésticos, las imágenes nos rodean, impresionan, seducen y conmueven” (Carpio, 2015, p.25). Las imágenes crean un ecosistema y el ser humano interpreta la realidad en función de ellas.

El punto de giro en este sentido fue el desarrollo de la imagen digital, una nueva forma de tratar con la imagen a través de la informática, que da como resultado una imagen interactiva que se puede crear, modificar y manipular. Esta nueva posibilidad permite pasar de lo “visible” a lo “legible”; es decir, a partir de lo digital, la imagen se puede compartir, duplicar, calcular su peso y, sobre todo, modificar su estructura (Gardies, 2014).

Gardies (2014) menciona que “el usuario no percibe solamente la imagen, sino que debe dominar su interactividad, nueva dimensión ofrecida por el tratamiento digital de los datos: más que ‘mirarla’, debe aprender a ‘leer’ la imagen si quiere explorar todas sus potencialidades” (p.266). Este tipo de procedimiento se ha vuelto común, por ejemplo, cuando se exploran plataformas como *YouTube* o videojuegos electrónicos: al usuario no le es suficiente quedarse en el acto de mirar, tiene que ingresar y experimentar todo lo que se le ofrece. Así, como explica Gardies, la imagen digital interactiva posee una característica de *incompleta y latente*. Es decir que existirán dos niveles: el primero será la presentación superficial de un tema, pero siempre se podrá encontrar, en un segundo nivel, ese mismo tema abordado de forma más detallada. A través de mecanismos digitales (por ejemplo, haciendo clic con el ratón sobre un hipervínculo), el usuario se relaciona con otros contenidos u otras fuentes (Gardies, 2014).

En este sentido, es el usuario que está frente a la imagen digital quien debe tomar la iniciativa, porque la imagen está fija y a la vez latente. El usuario sabe y entiende que la imagen que se le presenta tiene diferentes formas y dimensiones, que existen variadas posibilidades de uso que permiten trazar diferentes recorridos más personalizados. A esto se lo denomina *imagen latente o imagen-entorno*:

[...] la imagen se convierte en un espacio de lenguaje que incluye movimiento y flujo, procesos de acciones – transformaciones continuas mientras tiene lugar la

interacción imagen- usuario. De imagen – objeto, la imagen interactiva se vuelve `imagen – entorno`: el usuario participa en la construcción o reconstrucción de la imagen, yendo incluso a veces hasta la inmersión en la imagen por intermedio de un modelo (clon o personaje virtual que representa el usuario en un espacio). (Gardies, 2014, pp.267-268)

Para comprender estos procesos de interacción no es necesario pensar en imágenes de estructura compleja; esta tipología de imágenes se encuentra ya en la cotidianidad. Se puede observar en actividades muy comunes en la actualidad, por ejemplo, en la utilización de plataformas de video como *YouTube*, *Netflix*, o toda plataforma que tenga la imagen como insumo básico. Para acceder a dichas plataformas, es obligatorio establecer una conexión a internet, luego darse de alta en la plataforma, buscar el contenido y, finalmente, reproducir material audiovisual; acciones de interactividad sobre las que muy pocas veces se reflexiona.

En este contexto, Mirzoeff (2003) hace un llamado a considerar la importancia y la relación de los diferentes tipos de imágenes visuales que circulan de un dispositivo a otro con relativa facilidad: “Normalmente, los diferentes medios visuales de comunicación se han estudiado de forma independiente, ahora surge la necesidad de interpretar la globalización posmoderna visual como parte de la vida cotidiana” (p.19).

La imagen es una creación humana y, por lo tanto, un fenómeno social relacionado a la cultura; es decir, una construcción de seres humanos con algún propósito determinado: difundir, comunicar, entretener, educar, persuadir. “La imagen no existe nunca por ella misma, sino que se inscribe en un contexto, con un antes y un después” (Wolton, 2008, p.48).

[Un] análisis cultural de la imagen nos recuerda que la imagen es un producto social, que su interpretación depende de convenciones arbitrarias y no sólo perceptivas, y

que hemos aprendido a atribuirle sentido y significado a partir de patrones culturales muy elaborados [...] (Ardevòl y Muntañola, 2004, p.13)

Las imágenes configuran nuestra percepción del mundo y ayudan a construir un universo simbólico que constituye la subjetividad de las personas que conviven en sociedad. Gran parte de nuestra memoria y recuerdos son mediados por la imagen, y a través de ella hemos creado conocimiento relevante y significativo para nuestra existencia. Incluso en los centros educativos más tradicionales existen libros con imágenes de las asignaturas que se imparten. Del mismo modo, a través de la imagen, se ha visto el futuro en obras de ficción bien elaboradas. En pocas palabras, la imagen provoca utopías irrealizables, pero también conlleva a la acción (Ardevòl y Muntañola, 2004).

Otro de los componentes dentro del análisis de la imagen son los receptores. Como expresa Wolton (2000): “[Nunca] hay una imagen sin receptor, es decir, sin un sujeto individual o colectivo que disponga, por sus valores, opiniones, recuerdos y experiencias, de filtros entre la imagen y él para interpretarla y mantenerla a distancia” (p.48). Además, el autor añade que:

[...] cualquier situación de comunicación: el receptor nunca está solo. Toda su historia y sus valores intervienen en esta percepción y análisis de la imagen; lo protegen, a veces sin que ellos lo sepan. Es el conjunto de nuestros recuerdos, valores e ideas lo que nos permite conservar cierta distancia interpretativa frente al mensaje y, de este modo, ser libres. (Wolton, 2000, p.49)

En síntesis, la imagen es una construcción social, y como tal, lleva consigo estructuras que necesitan ser analizadas, porque aquella estructura que se crea con fines determinados nunca es casual.

### **2.1.3. Teoría de la enunciación**

La teoría de la enunciación, desarrollada por Èmile Benveniste, tiene una raíz lingüística, pero sus postulados pueden aplicarse a una serie de sistemas semióticos, como por ejemplo la comunicación audiovisual. En ese sentido, la teoría de la enunciación ayudará a explicar la relación entre el sujeto y las condiciones de producción de enunciados en las dimensiones narrativas y discursivas (Pereira, 2004), ya que, como menciona Bordwell (1996), el enunciado incluye el contexto o situación donde ha producido ese enunciado.

El encadenamiento de enunciados genera el discurso. Cada enunciado es el resultado de experiencias subjetivas e intersubjetivas del enunciador. Por eso, como explica Pereira (2004): “ya no es el sistema al que hay que describir, sino que es menester dar cuenta cómo se producen los sentidos, quién los produce, en qué circunstancias, cuándo, con qué medios o instrumentos, para y con quiénes, con qué intencionalidad” (p.31). En este marco, se observa una transformación en los estudios semióticos: si antes el interés estaba puesto en la denotación y connotación del significado (problemas centrados en el significado), ahora el problema es el abordaje de la enunciación (problemas de subjetividad del lenguaje) (Bordwell, 1996).

La enunciación es un acto pragmático, que se ejecuta en la realidad, y lleva consigo fuerzas *illocutivas* y *perlocutivas*. En otras palabras, un sujeto hace funcionar el código lingüístico (compartido) para establecer comunicación con otro, dentro de una situación o contexto (Bordwell, 1996). Benveniste menciona que “toda enunciación asume un hablante

y un oyente, y, en el caso del hablante, la intención de influir de alguna forma en el oyente” (citado en Bordwell, 1996, p.21).

Ducrot (citado en Puig, 2013) lleva a un estado superior a la teoría de la enunciación con su propia versión: la *teoría polifónica de la enunciación*. Una de las primeras ideas desde la que parte esta teoría son las diferencias entre las nociones de *sujeto empírico* (SE) del enunciado (el autor efectivo de la enunciación) y el *locutor* (L) (presunto responsable del enunciado)<sup>3</sup>.

Una segunda idea es la concepción de que algunos enunciados pueden tener diversos puntos de vistas y otros no; y el tercer postulado es que el locutor toma partido de la enunciación. Para ello, utiliza el recurso de los enunciadores (son voces y no personajes). Esta posición no siempre es evidente. Además, el locutor es el organizador de los enunciadores que darán, cada uno, su punto de vista (Puig, 2013).

Las características del locutor son tres:

- Si existe un discurso de ficción, el locutor puede reflejar o no la voz del locutor.
- La diferencia entre SE y L permite que se atribuyan voces a personas, animales y objetos.
- Se identifican enunciados que no poseen un locutor (por ejemplo, los refranes).

(Facultad de Psicología - UNLP , 2017)

Entonces: ¿cómo influye este entramado teórico en el presente estudio? En primer lugar, hay que tener en cuenta que la teoría de la enunciación no solo hace referencia a un tipo de acto lingüístico, sino que abarca otras estructuras semióticas. En segundo lugar, todo

---

<sup>3</sup> Desde un punto de vista literario, el autor y el narrador. Desde un punto de vista de comunicación política, el Gobierno y el vocero.

acto de enunciación proviene de un sujeto que toma elementos (por ejemplo, el lenguaje audiovisual) para darles forma y mostrarlos a un sujeto espectador. Finalmente, observaremos que el producto audiovisual es la materialización del enunciado, donde se encuentran códigos, signos, índices o huellas de enunciación.

Bordwell (1996) no está del todo convencido de que la teoría de la enunciación se pueda aplicar en los estudios de semiótica audiovisual, porque considera que su estudio y desarrollo es más práctico en el ámbito de la lingüística. Sin embargo, apunta que los teóricos han realizado reflexiones sobre este asunto y considera que los elementos para estudiar la teoría de la enunciación están reflejados en el trabajo de la cámara y el montaje. En ese sentido, Bordwell (1996) trae a colación las palabras de Metz, quien expresa que “el montaje de cualquier tipo crea una intervención del <<sujeto filmante>> más deliberada que en una toma larga” (p.24).

Para conceptualizar el enunciado audiovisual, Pereira recoge el criterio de Gustavo Orza, quien a su vez se fundamenta en las ideas de Bettetini y González Requena:

Cuando se habla de enunciación audiovisual se alude al mecanismo por el cual un emisor se apodera del aparato formal del lenguaje audiovisual y anuncia su posición de “hablante”, ya sea a partir de índices específicos o por medio de procedimientos accesorios. En este movimiento de captura del lenguaje audiovisual el emisor instaaura a otro en frente de sí, a partir del empleo de formas visuales, sonoras, lingüísticas y gráficas. (Bettetini, González Requena, en Pereira, 2004, p. 33)

A modo de explicación de este argumento, Pereira (2004) menciona que:

La enunciación audiovisual es la competencia y potestad que tienen los sujetos que participan en este proceso (enunciadores, enunciatarios, narradores, narratarios, sujetos empíricos, sujetos del enunciado, etc.) para apropiarse de las posibilidades semióticas de los lenguajes, recursos, tiempos espacios y, así, producir enunciados que suelen concretarse en textos-discursos cinematográficos, videográficos, televisivos, hipertextuales, etc. (p. 34)

En síntesis, la teoría de la enunciación será el punto de partida del análisis narrativo y de representación del video musical andino, con el supuesto de que, como producto comunicacional que está colgado en plataformas digitales, es elaborado por un sujeto empírico. Además, dentro del video clip existen locutores y diversos enunciatarios sobre un eje temático y se pueden reconocer sus huellas discursivas.

#### 2.1.3.1. Semiótica, imagen y narración

Una de las ramas de las ciencias sociales que se encarga de estudiar las imágenes y sus diferentes manifestaciones, usos y funciones, es la semiótica. Es la ciencia que estudia el funcionamiento de los signos dentro de la sociedad (Zecchetto, 2002) o, en palabras de Farinango (2018), “la semiótica es la ciencia que estudia el signo, sus interrelaciones y su estructura” (p.15).

Si bien la semiótica tiene su origen dentro de los estudios de la lengua y la literatura, Eco (2011) manifiesta que “[...] no todos los fenómenos comunicativos pueden ser explicados por medio de categorías lingüísticas” (p.218). Así, la semiótica se encarga del análisis de todo acto comunicativo que implique signos y su lógica sobrepasa el ámbito netamente lingüístico. Analizar los fenómenos semióticos “es considerar *su modo de*

*producción de sentido*; en otras palabras, la manera que provocan significaciones, es decir interpretaciones” (Joly, 2009, p.32).

Enfocándose en la imagen, Villafañe (2006) dirá que es complejo y reduccionista lanzar una definición que abarque todos los aspectos, pero “la imagen como representación es la conceptualización más cotidiana que poseemos y, quizá por ello, se reduce a este fenómeno a unas cuantas manifestaciones” (Villafañe, 2006, p.29). Esta primera caracterización que propone el autor se fundamenta en la premisa de que: “la imagen posee un referente en la realidad independientemente de cuál sea su grado de iconicidad, su naturaleza o el medio que la produce” (Villafañe, 2006, p.30). Es decir, las imágenes mentales y las que están plasmadas en algún soporte hacen referencia a algún objeto de la realidad.

Otros autores mencionan que “se puede afirmar perfectamente que todos los fenómenos visuales que pueden ser interpretados como índices también pueden ser considerados como *signos* convencionales” (Eco, 2011, p. 219). Con ello, se puede argumentar que la imagen es susceptible de ser estudiada desde la semiótica, y que los productos que de ella derivan son estructuras semióticas.

Este proceso de interpretación del signo icónico no ocurre porque el objeto haga referencia directa o fidedigna a la realidad representada. Hay que colocar el foco de atención en el concepto de *condiciones de representación*, entendido como una forma de percibir un signo icónico mediado por factores como códigos morales, sentidos perceptivos, experiencias de vida de quien mira, etc. (Eco, 2011). Esto quiere decir que, aunque la mayoría de las personas, a través de sus ojos, percibe la misma información de un objeto, su interpretación y sentido se construye en base a una serie de factores, que tienden a provocar, en ocasiones, lecturas dispares. Villafañe (2006) define este proceso como la *modelización icónica de la realidad*: “todo proceso de síntesis visual es posible a partir de un buen número

de conceptos visuales que el sujeto ha ido extrayendo de su entorno real desde los primeros estadios de su desarrollo cognitivo” (Villafañe, 2006, p.30).

Eco (2011) explica que “el código icónico establece las relaciones semánticas entre un signo gráfico como vehículo y un significado perceptivo codificado. La relación se establece entre una unidad pertinente de un sistema semiótico, dependiendo de la codificación previa de una experiencia perceptiva” (p.229). En otras palabras, para que un signo sea interpretado, debe adecuarse a las maneras o formas que están socialmente establecidas, porque las imágenes “[...] constituyen modelos de realidad del mismo modo que la música o la literatura” (Villafañe, 2006, p.31).

Entender a la imagen como una realidad modelizada permite comprender tres formas: la *modelización representativa*, la *modelización simbólica* y la *modelización convencional*. La modelización representativa hace referencia al grado de analogía estructural (grado de iconicidad) que hay entre la realidad y la representación. La modelización simbólica refiere a una imagen que tiene un significado otorgado por la sociedad (grado de iconicidad alto). La modelización convencional tiene que ver con una imagen no analógica, es decir, que no tiene relación con la realidad que busca modelizar (Villafañe, 2006). Manso (2013) entiende esta misma lógica con otras categorías: *huella*, *ícono* y *símbolo*.

Desde el punto de vista de Eco, muchos fenómenos de la sociedad son interpretados y reconocidos solo a través de la imagen: “Hay casos en que la representación icónica instaura una verdadera enervación de la percepción, de tal manera que tendemos a las cosas según las han venido representando los signos icónicos” (Eco, 2011, p.232). En otras palabras, la representación “supone, a su vez, la explicación de una forma particular de la realidad, un aspecto de la misma” (Villafañe, 2006, p.30).

En la siguiente cita se puede observar la relación entre el objeto, la interpretación y la estructura:

Si el signo icónico tiene propiedades en común con algo, no es con el objeto sino con el modelo perceptivo del objeto; puede construirse y ser reconocido por medio de las mismas operaciones mentales que realizamos para construir el objeto de la percepción, con independencia de la materia en la que se realizan estas relaciones. (Eco, 2011, p.234)

Es decir, si la imagen no se adecúa a los modos de percepción que posee una sociedad, perderá el sentido o la interpretación deseada por el autor o creador de la imagen que busca conscientemente, a través de su obra, alguna reacción. Así, “cada individuo es poseedor de un sistema que le permite dar significación a su universo posible, incluyendo las imágenes mediáticas fijas, en movimientos y la información audiovisual” (García Aguilar, 2015, p.61).

En la misma línea, Acaso expresa que:

Dentro de un sistema de comunicación el elemento más importante para que el receptor comprenda el mensaje es la utilización de un código común entre ambos. Partiendo de la base de que cualquier código es un sistema de signos, la semiótica, es decir, la ciencia que estudia los signos, es fundamental para los teóricos de la comunicación. (Acaso citado en Manso, 2013, p.69)

Entender a la imagen como signo deviene en una relación con el ícono. Es decir, la imagen viene a representar algo que no está presente pero que, a través de diversas formas, evoca su presencia en nuestras mentes. Joly (2009) menciona que existen diversas analogías e íconos provocados por una imagen, por ejemplo el diagrama y la metáfora. Para dicha autora, el diagrama es una analogía relacional (por ejemplo, un mapa, el plano de un

edificio). En cambio, la metáfora “sería un ícono que trabaja a partir de un paralelismo cualitativo. Recordemos que la metáfora es una figura retórica” (Joly, 2009, p.42).

Para ir cerrando este punto, entonces, hay que entender el término de imagen como una analogía: es la representación de algo que está ausente en ese momento (Joly, 2009). En estos términos, la autora menciona que: “la primera consecuencia de esta observación es constatar que ese denominador común que es la analogía, o la semejanza, ya de entrada ubica a la imagen en la categoría de las representaciones” (Ibid., p.44). Hay que recordar que la imagen, al insertarse en la vida de los seres humanos, está creando nuevas ideas, visualidades, imaginarios, y que la mayoría de las veces no somos conscientes de estar ante una estructura de significados, que tiene sus reglas de construcción y que busca determinadas reacciones (Joly, 2009).

#### 2.1.3.2. Texto audiovisual

Cuando se hace referencia a un texto, no solo se está hablando de palabras, la noción de texto puede referirse a todo elemento con el que sea posible encadenar y crear sentido (Bal, 1990). En ese sentido, Abril (2013) aclara: “texto no tiene, como a veces se cree, una especie de débito originario con el texto literario, un pecado original de la literariedad” (p.46). Por esa razón, hay que entender el término texto desde su etimología (Abril, 2013), que hace alusión a “tejido, textura o trama”. Hablando específicamente de un texto audiovisual, se podría “remitir a esa <<trama>> de cualidades visuales en que consiste en un primer nivel de análisis del texto visual” (Abril, 2013, p.46).

Alberto Pereira (2004) define al texto como “cualquier constructo sígnico que se actualiza en el discurso, sin importar las sustancias expresivas con las cuales se haya construido o estructurado” (p.39). De esta manera, lo audiovisual también puede leerse como

un texto. Parafraseando las ideas de Pereira (2004), el texto necesita de un soporte material donde fijarse para su existencia. Así, se consideran como textos las películas, los cómics, un anuncio publicitario, el ballet, la ópera, una parada militar, etc.

Según Quezada:

1. [...] el texto queda configurado como el espacio material en el que se manifiesta y desarrolla la significación siendo este proceso (de semiosis o significación) independiente de las manifestaciones textuales en las que pueda aparecer (distintas texturas del manto de la semiosis).

2. Ya no estamos hablando de *texto* como mera magnitud o conjunto signifiante sino de un objeto de conocimiento tal y como aparece durante y después de la descripción que el investigador semiótico efectúe. (Quezada citado en Pereira, 2004, p.39)

Una vez explicada la noción de texto que se quiere manejar, podemos pensar en lo que plantea Abril (2013) cuando afirma que:

[...] el texto no es solo un tejido <<interno>> de cualidades y acontecimientos semióticos, sino también el momento parcial de un tejido más amplio, espacial, temporal y culturalmente reconocible, o cuando menos inferible: un texto visual, como el texto en general, presupone la existencia de <<redes textuales>>, pues no hay textos que no interactúen con otros. (p.46)

Así, el texto audiovisual posee elementos sintagmáticos y paradigmáticos que se insertan dentro de un tiempo, espacio y lugar, donde dialogan y confrontan con otros textos.

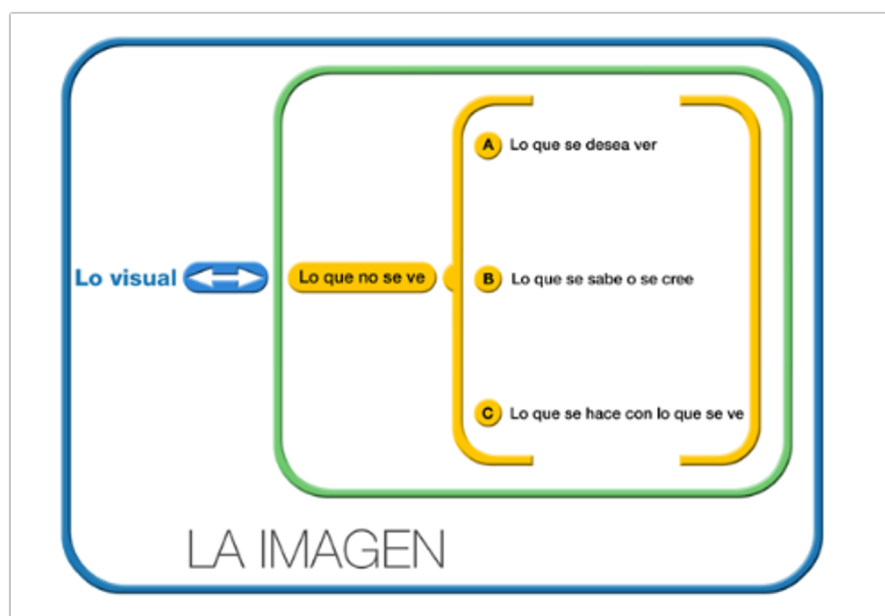
“Los textos son también aplicaciones de prácticas semióticas a la vez que procesos generadores y/o productores de prácticas sociodiscursivas” (Abril, 2013, p.47).

Las combinaciones de los textos visuales crean las visualidades. Abril (2013), tomando las palabras de Walker y Chaplin, explica que *visualidad* no hace referencia a la información o los datos:

El concepto de visualidad no equivale al de <<visión>>, sino más bien al de <<visión socializada>>: la relación visual entre el sujeto y el mundo está mediada por un conjunto de discursos, de redes de significantes, de intereses, deseos y relaciones sociales. (p.48)

En esta línea, entendemos con Abril (2013) que a través de la imagen se crea lo visual y que el fenómeno o proceso de lo visual está relacionado con tres elementos: a) lo que se desea ver, b) lo que se sabe o se cree, y c) lo que se hace con lo que se ve.

**Figura 2.** *Las dimensiones de lo visual*



*Nota:* tomado del libro de Gonzalo Abril (2013)

Respecto al primer punto, Abril (2013) menciona que “lo visual se relaciona con lo que se desea ver, aunque no se vea” (p.55). Es decir, ante la presencia de una imagen, siempre hay un deseo latente oculto que clama por salir. Así, el autor explica que los espectadores muchas veces se identifican, por ejemplo, con los personajes de una película: “[...] se conecta con lo que deseamos ver o con lo que más perversamente imaginamos <<en el campo del otro>>, como dicen los psicoanalistas” (Abril, 2013, p.55).

En relación al segundo elemento, “lo visual se relaciona con lo que se sabe y se cree, aunque no se vea [...] lo que vemos está condicionado por lo que sabemos y creemos, porque nuestra mente nunca comparece vacía ante lo que se ve” (Ibid., 2013, p.55). Sobre este mismo punto, Walker y Chaplin mencionan que:

[...] una vez que las señales traspasan la retina deja de tener sentido hablar de <<lo visual>> aisladamente, pues no existen ojos en la mente que vean imágenes visuales sin relación con la información dimanada de los otros sentidos, ni con el conjunto de los conocimientos y la memoria del sujeto. (Walker y Chaplin citado en Abril, 2013, p.55)

Abril (2013) afirma, entonces, que miramos con los ojos de nuestra cultura, los sistemas simbólicos, los estereotipos y los valores que hemos adquirido como parte integrante activa de la sociedad. La mirada habla sobre la posición del sujeto, se mira desde un lugar de enunciación.

Sobre el tercer elemento (*lo que se hace con lo que se ve*), Abril (2013) expresa:

Ya hemos dado a entender que, desde nuestra perspectiva, que se puede calificar de pragmatista, no se trata de saber <<qué significan>> los textos visuales, cuanto de indagar qué hacen los emisores al producirlos y los receptores al interpretarlos, cómo sujetos de la comunicación construyen sentido cuando interactúan <<a través de ellos>>. (p.58)

En este sentido, la elaboración de la imagen tiene una función u objetivo, busca movilizar hacia la acción. El producto audiovisual puede movilizar a la acción apelando a los imaginarios que existen en la cultura de una sociedad. La cultura se entiende como código que norma, estructura, jerarquiza y ofrece fronteras de interpretación y acción. Como parte de la cultura, la imagen representa conocimientos, ideas, mitos, ritos, comportamientos, rutinas, memoria, para estructurar el concepto de visualidad (Santos, 1999).

#### **2.1.4. La mirada y los usos políticos de la imagen**

En una sociedad donde predomina la imagen y su tecnología, la mirada puede ser un objetivo para la manipulación y sometimiento de sujetos o sectores que poseen poder. En la sección sobre cultura visual, se caracterizó el modo de entender la imagen desde la producción y el consumo. Ahora, en este punto, se busca abordar la relación entre la imagen y la política.

En primer lugar, hay que entender que “la mirada es lo que define la intencionalidad y la finalidad de la visión. No es, si se quiere, más que la dimensión propiamente humana de ésta” (Aumont,1992, p.62). De esta forma, “hay textos visuales porque alguien los mira, en algún lugar y tiempo determinado, en contexto de alguna práctica sociodiscursiva” (Abril, 2013, p.60). En esta línea de reflexión, las imágenes pueden ser indicadores materializados

de giros o periodos históricos de la sociedad; en su mensaje, técnica o estética se concretan las ideas o discursos de un grupo dirigente emisor (Bermúdez, 2010).

La estructuración de la forma en que se mira un texto visual está compuesta por una serie de factores y experiencias que inclinan a dar una apreciación positiva o negativa. Así, “los textos visuales, de forma implícita o explícita, nos adjudican un lugar, una posición de observadores y evaluadores, un saber y un espacio de placer o displacer” (Abril, 2013, p.60).

El autor explica que “nuestra mirada está contenida en ellos porque los textos, a la vez que son mirados, *nos miran*”<sup>4</sup>. Es decir, nuestra mirada se somete a la forma en la que se muestra o se presenta un cuadro, una fotografía o un video. Todo esto es consecuencia de la constante exposición a los medios de comunicación, quienes han formado en el inconsciente una gramática propia de los *mass media*. Por esa razón, se menciona que la mirada ya está contenida en el texto visual (Abril, 2013).

El texto visual es una construcción social, y como construcción, puede estar muy cerca de los sujetos o sectores que ostentan el poder. La relación entre texto visual y poder trae consigo la capacidad y posibilidad de representar a sujetos y sectores sociales desde la moralidad e ideología que convenga al grupo representado. Hay que tener siempre presente que “[...] aquel a quien atribuimos la responsabilidad de su fabricación [de la imagen] fue primero testigo del campo de la realidad de que se trata” (Gardies, 2014, p.162). En otras palabras, “además de analizar la imagen como plástica, la analiza como comunicación, determinando tres partes tácitas en toda imagen: un grupo élite dirigente como emisor; un mensaje, que es un objetivo de comunicación visual; y un receptor: individuos comunes” (Bermúdez, 2010, p.7).

Así, los sujetos o las instituciones que tienen el poder de direccionar las miradas pueden representar a diversos sectores de forma muy diferente a lo que verdaderamente son.

---

<sup>4</sup> Cursiva en original.

Abril (2013) menciona como ejemplo el hecho de que, en la época de la colonia en América, los indígenas de las haciendas y los afroamericanos eran representados por los españoles de forma “exótica”, como seres alegres y divertidos, dedicados al baile y la música.

Es necesario tener en cuenta que la utilización de la imagen como recurso de expresión y representación de los grupos humanos transita, inevitablemente, el terreno de la ideología. Se evidencia, así, una relación de intercambio mutuo. Nichols (1997) expresa que “las ideologías también ofrecerán representaciones en forma de imágenes, conceptos, mapas cognitivos, cosmovisiones y similares con objeto de proponer marcos y puntuación a nuestra experiencia” (p.37). Siguiendo el hilo de dicha argumentación, indica que las imágenes:

[...] ayudan a construir las ideologías, que determinan nuestra propia subjetividad; las imágenes encarnan esas subjetividades y patrones de relación social alternativos que nos proporcionan un sentido eminente dentro del marco del pensamiento liberal del siglo XIX, en el que la palabra ejercía un reinado supremo. (Nichols, 1997, p.39)

Se puede afirmar, entonces, que en el mirar hay procesos de selección, clasificación y lugares de la enunciación; y dentro de esos lugares de enunciación, el sujeto toma una posición de resistencia, complicidad o indiferencia frente a los *regímenes de visión*. La ocupación de un lugar de enunciación es construido o asignado socialmente (Abril, 2013).

En todas las culturas, “donde hay mirada se regulan los *miramientos*<sup>5</sup>, es decir, la mirada es orientada y restringida conforme a variadas formas de prevención y decoro” (Abril, 2013, p.64). A través de la imagen se puede reflexionar sobre lo que está permitido y prohibido dentro de la sociedad:

---

<sup>5</sup> Cursiva en original.

La estrategia de normalización y de control, pero también de los proyectos modernos de sociedades utópicas han supuesto <<ejercicios ópticos>> que pretendían arrancar las sombras, convertir la luz real o metafórica (<<iluminismo>>) en un aliado de la racionalidad (Wunenburger, 2008:109-123), instaurar en suma una mirada trascendente, como la <<Razón>> misma, rectora del orden social y político. (Abril, 2013, p.64)

Abril (2013) menciona que la mirada se construye a través de los *imaginarios sociales* que existen sobre un sujeto, objeto o lugar: “Las imágenes nunca vienen solas, ni se las reconoce fuera de colecciones y redes imaginicas virtuales” (pp.66-67). Las imágenes que se observan en la publicidad, televisión, cine y dispositivos móviles responden a todo un repertorio de imágenes que se han ido creando en la mente de las personas, lo que se puede definir como *imaginarios culturales*. A través de esa memoria o banco de imágenes que se guardan en la mente, se puede reconocer y entender lo que desean comunicar las imágenes: “[...] las imágenes, los regímenes de visión y los imaginarios son estructuras políticas que se sustentan en la interacción con los imaginarios socioculturales de un pueblo, una región o una nación” (Abril, 2013).

Hay un proceso mental de recopilación y relación de imágenes que se inicia aun cuando el sujeto no tiene plena consciencia. Esta influencia de las imágenes proviene de un conjunto de imaginarios, matrices o enfoques que están circulando en la realidad (Abril, 2013) y es complicado mantenerse fuera de esa esfera de acción.

Para culminar este punto, hay que decir que un enfoque político sobre la imagen hace notar que existen regímenes de visión que administran la visibilización, invisibilización o control de sujetos, actos u objetos. Así, se otorga un valor moral de lo aceptable e inaceptable

(Abril, 2013). Es decir, la imagen condiciona la acción, comunica lo que es bueno y malo dentro de un grupo humano.

Desde la otra orilla, esta investigación busca conocer la manera en que los sectores indígenas han estructurado su propia forma de mirarse, en contraposición con la mirada de otros sectores (el blanco-mestizo, por ejemplo). En ese sentido, resulta necesario repasar, analizar y reflexionar sobre productos culturales como el cine y el video de los pueblos originarios, porque todos implican una mirada política sobre las imágenes.

En síntesis, son pertinentes las palabras de Grau (2002):

Si aceptamos que la mostración no es posible sin la visión, y que ésta no puede ser independiente del propósito de la mirada, el silogismo nos conduce una vez más a concluir que la mostración es en sí misma intencional, imbricada en determinados compromisos culturales. (p. 73)

## 2.2. ANÁLISIS NARRATIVO Y DE LA REPRESENTACIÓN AUDIOVISUAL

*Soy*

*Soy lo que dejaron*

*Soy toda la sobra de lo que te robaron*

*Un pueblo escondido en la cima*

*Mi piel es de cuero por eso aguanta cualquier clima*

*Soy una fábrica de humo*

*Mano de obra campesina para tu consumo*

*Frente de frío en el medio del verano*

*El amor en los tiempos del cólera, mi hermano [...]*

**“Latinoamérica”, Calle 13.**

### 2.2.1. Introducción

Los análisis de videoclips, en la mayoría de casos, se han respaldado en reflexiones que provienen de la cinematografía, la televisión y la publicidad. Por esa razón, antes de iniciar la explicación sobre las formas de analizar el videoclip, resulta necesario detenerse en los distintos modos de analizar un material audiovisual. Una vez que se realice ese recorrido y se expliquen los procedimientos en las tradiciones investigativas de la filmografía, la televisión y la publicidad, se realizará un ejercicio de extrapolación al objeto de estudio de este trabajo.

La imagen audiovisual puede ser estudiada desde diversas perspectivas e intereses. Por ejemplo, en el texto “Cómo analizar un film”, de Casetti y Di Chio (1998), existen tres líneas marcadas de investigación, que son: análisis de los componentes cinematográficos,

análisis de la representación, análisis narrativo y de la comunicación. Según los mismos autores, los intereses en este tipo de análisis pueden provenir de la semiótica, la sociología, el psicoanálisis o la historia.

Actualmente, con el desarrollo de la red y las plataformas, los modos de abordar el análisis de la imagen audiovisual quedan contaminados por la nueva lógica que imprime la dinámica de las nuevas tecnologías, donde el receptor emerge como parte activa. “Lo cierto es que los procesos de digitalización que están transformando los ámbitos laborales, políticos o relacionales, afectan también a la propia forma de producir, gestionar e interpretar la información que nos rodea” (Sádaba y Rendueles, 2016, p.106).

Es menester considerar el contexto actual porque las formas de producción, difusión y circulación de muchos contenidos audiovisuales son producto de esta nueva dinámica social. En ese sentido, iniciar un análisis del audiovisual puede partir desde presupuestos establecidos, pero también se debe estar preparado para considerar nuevos métodos y metodologías en el análisis de productos audiovisuales cambiantes. Así, el estudio del audiovisual experimenta mutaciones, toma nuevos caminos y establece nuevas relaciones.

Con el afán de colocar en diálogo, y algunas veces, mostrar la debilidad del enfoque del análisis audiovisual actual, Igor Sádaba y César Rendueles realizan un repaso por las principales líneas de investigación que atraen el interés de los académicos hoy por hoy. En líneas generales, los intereses se concentran en repositorios o plataformas (como *Youtube*) donde se visibiliza la participación y expresión de la audiencia; se realizan estudios sobre la interacción y la capacidad de generar comunidades virtuales entre usuarios alrededor un video; se investiga la etnografía de lo cotidiano, donde el video espontáneo se presenta como un producto “natural” para distintos tipos de análisis; se reflexiona sobre los modos de viralización, la posibilidad de evaluación de los videos de parte de las audiencias, la hibridación de contenidos o formatos (Sádaba y Rendueles, 2016).

Los tipos de análisis que se han seleccionado en este trabajo son: *análisis narrativo*, *análisis de la imagen audiovisual* y *análisis de la representación*. A continuación, se procede a explicar cada uno de estos puntos.

### **2.2.2. Análisis narrativo del audiovisual**

La narración es una forma de comunicación tan antigua como el mismo ser humano. Por ello se podría afirmar que “narrar es el arte de contar historias” (Canet y Prósper, 2009, p.17). Desde un punto de vista antropológico, la narración es la respuesta para aquella necesidad natural de contar historias que posee el ser humano. “La cultura, podría decirse, nace alrededor de la hoguera y en forma de principio, desarrollo y final, en forma de narraciones que desprenden conocimiento” (Sánchez Navarro, 2006, p.15).

Giannetti (citado en Lugo, 2016) explica que la narrativa es un recurso fundamental mediante el cual los seres humanos damos sentido al mundo. Omar Rincón, por su parte, expresa que: “habitamos la cultura de la narración como estrategia para sobrevivir, resistir e imaginar la vida. Aunque no tengamos nada, tenemos relatos para explicarnos e imaginarnos” (citado en Lugo, 2016, p.109).

En este sentido, hay que indicar que el hombre “[...] no solo es un animal social, sino también un animal narrador, ya que es mediante la narración como se transmiten conocimientos, aprendizaje y sabiduría” (Grau Rafel, 2017, p.27). El relato (como producto acabado del proceso de narración) “es un fundamento indispensable para la supervivencia de la especie, dado que el ser humano necesita aprender a relacionarse socialmente para sobrevivir” (Ibid., pp. 27-28). En síntesis, la narración ayuda a saber más de la realidad de forma más fácil y comprensible (García - García, 2011).

En la actualidad, las estructuras narrativas, a través de diversas formas de expresión, acompañan al hombre en todos los ámbitos de la vida (Sánchez Navarro, 2006). Desde el punto de vista literario, Sánchez Navarro (2006) menciona que la narrativa se debe entender “como el proceso y resultado de la enunciación narrativa, decir, como una manera de organización de un texto narrativo” (p.13). Es decir, “una composición estructural que relata y describe un suceso en orden cronológico o mediante un conflicto, con fines informativos o de entretenimiento” (Sulbarán, 2000, p.46). Con esta descripción, el investigador se adentra en las categorías de acción, tiempo y conflicto.

Según Casetti y Di Chio (1998) “la narración es, de hecho, una concatenación de situaciones, en la que tienen lugar acontecimientos y en la que operan personajes situados en ambientes específicos” (p.172). Es un todo, un compuesto consecutivo condicionado por tres elementos: personajes, tiempo y espacio (Carrillo et al, 2011).

Hablar del proceso de narración requiere una explicación sobre lo que se considera como relato. Se define al relato como un “conjunto organizado de significantes, cuyos significados constituyen y una historia” (Aumont, 2007, p.258). En otras palabras, el relato es el resultado final de un proceso de narración que se materializa en algún soporte.

Luego de revisar algunas de las definiciones de narrativa y relato, se puede considerar la propuesta de Genette, es decir, entender la narración como un proceso y el relato como el resultado estructurado de sentido (citado en Canet y Próper, 2009). Al reflexionar sobre el relato como estructura previamente definida, se deja ver que el mismo responde a un discurso. “[...] la narración pone en juego en el relato una serie de enunciados, que reclaman la figura tanto del sujeto que los enuncia como del sujeto que los recibe” (Ibíd., p.23).

Una vez entendido el discurso dentro del relato, se pueden identificar dos agentes fundamentales: el autor del discurso y el receptor del discurso. Ambos entran en un proceso

de comunicación donde se comparten códigos para crear un significado sobre el relato que se presenta y se observa.

Según Chatman (citado por Canet y Prósper, 2009), estos dos agentes (autor y receptor) se pueden descomponer para un mayor detalle en el análisis. Desde el terreno del autor o enunciador, se pueden analizar las categorías de: *autor real*, *autor implícito* y *narrador*. En la otra orilla, donde está el receptor, las categorías a considerar para un análisis exhaustivo son: *público real*, *público implícito* y el *narratario*.

A partir de lo dicho, podemos focalizar en el relato audiovisual, que “tiene como base la imagen, tanto fija como en movimiento, y el sonido, cuya sinergia genera el lenguaje audiovisual, se comunica más que cuando los componentes están separados” (Lugo, 2016, p.668). Si se está al frente de un tipo de relato audiovisual de imagen fija hay que tener en cuenta elementos como: línea, perspectiva, color, textura, patrón y contraste. Si fueran relatos audiovisuales en movimiento, hay que colocar la atención en: música, planos, movimientos de cámara, iluminación, puesta en escena y montaje. El conjunto de estos elementos generará un significado especial. "La particularidad del narrar de las imágenes es pretender despojarse del abrigo de la arbitrariedad de los símbolos, agarrándose al brazo de la imitabilidad que concede la imagen" (García - García, 2011, p.16).

En este marco, “la narrativa audiovisual es la facultad de que disponen las imágenes visuales y acústicas para contar historias” (García Jiménez, 1996, p.13). Es decir, “la construcción de textos a través de la articulación de esas imágenes” (Tarín, 2016, p.22), para crear significados y mensajes.

En síntesis, *narrativa audiovisual* es “la facultad o capacidad de la que disponen las imágenes visuales y acústicas para explicar las historias, es decir, para articularse con otras imágenes y elementos portadores de significado hasta configurar discursos constructivos de textos” (Sánchez Navarro y Lapaz, 2015, p.53).

En el terreno de lo audiovisual, no existe una sola forma de narrar. Las dos formas principales son: *mimesis* y *diégesis*. “Mientras que en la *diégesis* es el poeta quien narra directamente al auditorio los contenidos de la historia, en la *mimesis* éstos son dramatizados y representados por los actores en un escenario” (Canet y Prósper, 2009, p.27). Los investigadores, basándose en las ideas de Platón, sostienen que en la *diégesis* los autores / actores hablan a título personal sobre una situación o tema; mientras que en la *mimesis* se pretende crear o recrear ilusiones a través de actores o personajes sobre una situación o tema (Canet y Prósper, 2009). En ambos casos, hay una mediación sobre los datos de la realidad que se quieren comunicar; pero dentro de la *diégesis* existe una aparente toma de posición, porque se trata de la interpretación de quien cuenta el relato, mientras que la *mimesis* se muestra con una aparente transparencia, ya que son los personajes los que transmiten el relato.

Dentro de esta discusión se traen a colación las ideas de Todorov, quien sostiene que hay un tipo de relato como *representación* (*diégesis*) y *narración* (*mimesis*). Desde una visión anglosajona “*diégesis* se traduce por *contar* (*telling*) y *mimesis* por *mostrar* (*showing*)” (Canet y Prósper, 2009, p.27). De la misma forma, Benveniste repasa sobre esta dicotomía: *diégesis* como discurso y *mimesis* como historia. En resumen, resultan aclaradoras las palabras de Zunzunegui, quien piensa:

[...] *discurso* como aquel relato que muestra ostensiblemente las marcas de la enunciación, mientras que la *historia* sería el relato que tiende a suprimir todas las huellas del trabajo del sujeto empírico de la enunciación, representándose como una historia de ningún sitio y que nadie cuenta. (citado en Canet y Prósper, 2009, p.27)

Otro elemento a considerar es la forma. Es decir, no solo es importante reflexionar sobre el contenido a tratar dentro de una obra audiovisual, también es necesaria la reflexión sobre la organización o el orden en que se presentarán dichos contenidos. Este punto se trabajará más adelante, por lo pronto se dirá que:

[el] fenómeno narrativo circunscrito al contenido resulta parcial y simplista: realmente, lo que engancha —y no suelta fácilmente— al espectador no es la historia contada, como se le predispone o incita a creer, sino el despliegue de estrategias y tácticas diseñadas para conseguir ese efecto de atracción o captación, unas técnicas discursivas tan antiguas como la existencia misma de los relatos orales o escritos. (Rajas, 2014, p.43)

En el mismo sentido, como afirma Sánchez Navarro (2006):

La narrativa puede darse en distintos formatos y formas muy diferentes, en cada una de las cuales encontraremos especificidades dignas de ser tenidas en cuenta: las estrategias de la narrativa del cómic pueden coincidir o no con los de la narrativa literaria o la del cine. (p.16)

De igual manera, Canet y Prósper (2009), fundamentados en las ideas de Genette, mencionan que “se puede hablar de *narratología temática* o del contenido si el estudio se focaliza en la historia, y de *narratología modal* o de la expresión si el centro de interés se centra en el discurso” (p.22). Con esto queda claro que hay dos componentes importantes que se deben estudiar para acercarse a las obras audiovisuales: historia (contenido) y discurso (forma o expresión).

### 2.2.2.1. Estructura narrativa

En la tradición de análisis del audiovisual existen varios enfoques que se pueden tener en cuenta<sup>6</sup>. Uno de ellos es el *análisis morfológico*, que se sustenta en los estudios de Vladimir Propp sobre los cuentos fantásticos rusos. Partiendo de esta perspectiva, y relacionándola con la producción audiovisual, lo que se busca es conocer la estructura narrativa, es decir los elementos fundamentales que existen y cómo se relacionan para dar sentido a la historia. “La estructura es la pauta o patrón, es decir, la uniformidad observable, de acuerdo con la cual se desarrolla el relato en conjunto” (García Jiménez, 2003, p.16).

Según García Jiménez, (citado en Tarín, 2016, p. 26) la morfología de la narrativa audiovisual sería la siguiente:

Contenido: la forma del contenido es la historia y sus elementos compositivos son los personajes, la acción, el espacio y el tiempo, que son las cuatro variables fundamentales en la estructura de un relato. Además, distingue la sustancia del contenido como el modo determinado en el que esos elementos son conceptualizados y tratados siguiendo el código particular del autor.

Expresión: atendiendo a su forma, se trata del sistema semiótico particular al que pertenece el relato (cine, radio, televisión, etc.); y atendiendo a su sustancia, la naturaleza material de los significantes (la voz, la música, los sonidos no musicales, fotogramática, videográficas, etc.).

---

<sup>6</sup> Según Jesús García Jiménez, hay diversas perspectivas de análisis sobre la narrativa audiovisual: morfología narrativa, analítica narrativa, taxonomía narrativa, poética narrativa y pragmática narrativa.

Para una mejor explicación, se coloca a continuación un cuadro sobre la propuesta de García Jiménez (citado en Tarín, 2016, p. 27):

**Tabla 1.** *Esquema del modelo narrativo de Jesús García Jiménez.*

<b>ESTRUCTURA NARRATIVA</b>	<b>CONTENIDO</b>	(Forma) <b>HISTORIA</b> <b>Acción, personajes, espacio y tiempo</b>
	<b>EXPRESIÓN</b>	(Sustancia) TRATAMIENTO DE LOS ELEMENTOS SEGÚN CÓDIGO DE AUTOR (Forma=sistema semiótico al que pertenece el relato) CINE, RADIO, TELEVISIÓN, BALLE, ETC. (Sustancia=naturaleza) VOZ, MÚSICA, SONIDO, IMAGEN, FOTOGRAFÍA.

*Nota:* tomado de Marta Tarín (2016)

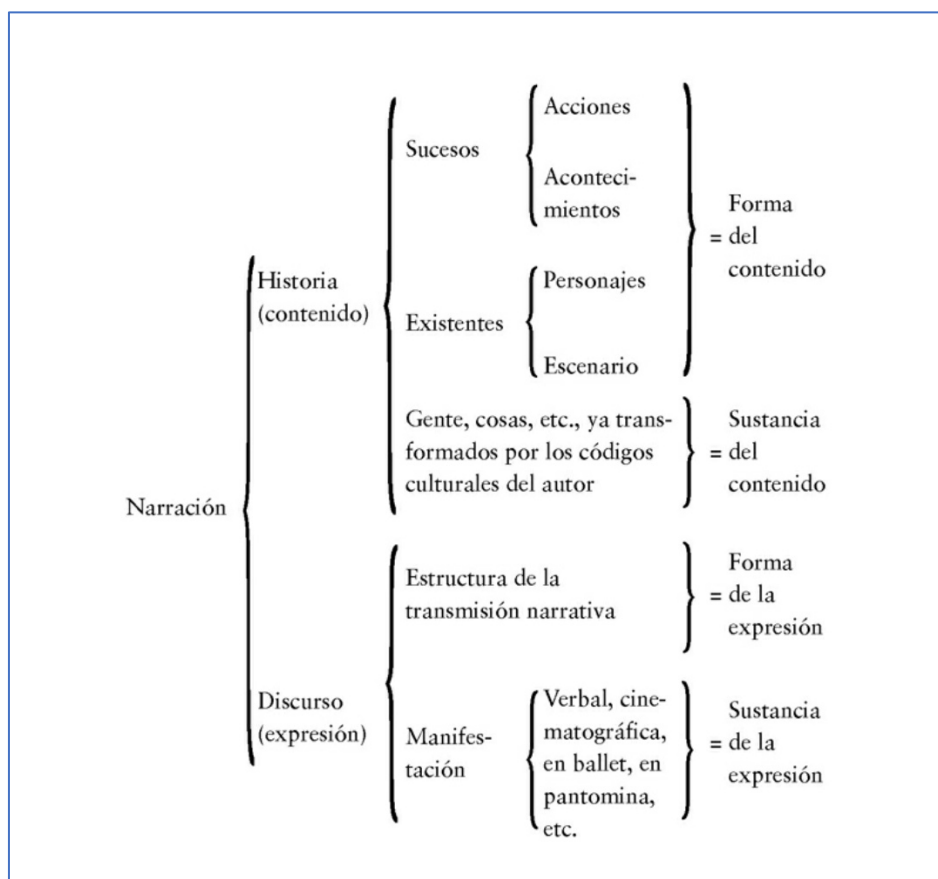
La estructura narrativa vista desde el ámbito del contenido hace referencia al tema sobre el que versa la narración o la historia. Es de carácter más abstracto y general. En el contenido de una narración se logran identificar: los sucesos, los personajes, los espacios y los tiempos. La conexión de aquellos elementos dará lo que se puede llamar historia (Chatman, 1990).

La estructura narrativa vista desde el ámbito del discurso hace referencia a cómo “los sucesos de una historia son transformados en una trama por el discurso, el modo de su representación” (Chatman, 1990, p.45). Es decir, se trata de la forma de expresión de la historia o el contenido. Un mismo tema puede tratarse de diferentes maneras, su abordaje será distinto según el medio o soporte por el que se desarrolle. Es importante remarcar que los formatos afectan a la historia, no es lo mismo contar una historia a través del lenguaje

oral, audiovisual o radiofónico. “Las limitaciones del medio constriñen la ficcionalidad, la moldean y delimitan adquiriendo diferentes formas a través del tipo de narración” (Tarín, 2016, p.22).

“Dicho de una manera más sencilla, la historia es el *qué* de una narración que se relata, el discurso es el *cómo*” (Chatman, 1990, p.20). A continuación, se puede observar el esquema de descomposición de un texto narrativo propuesto por Chatman (1990):

**Figura 3.** Estructura del texto narrativo de Chatman.



*Nota:* tomado del libro *Historia y Discurso* de S. Chatman (1990).

Ahora bien, focalizando la reflexión en la historia (contenido), René Gardies (2014) sostiene que el acto básico de una narración surge cuando un sujeto trata de contar a otra persona una situación donde exista el siguiente proceso: equilibrio, desequilibrio y

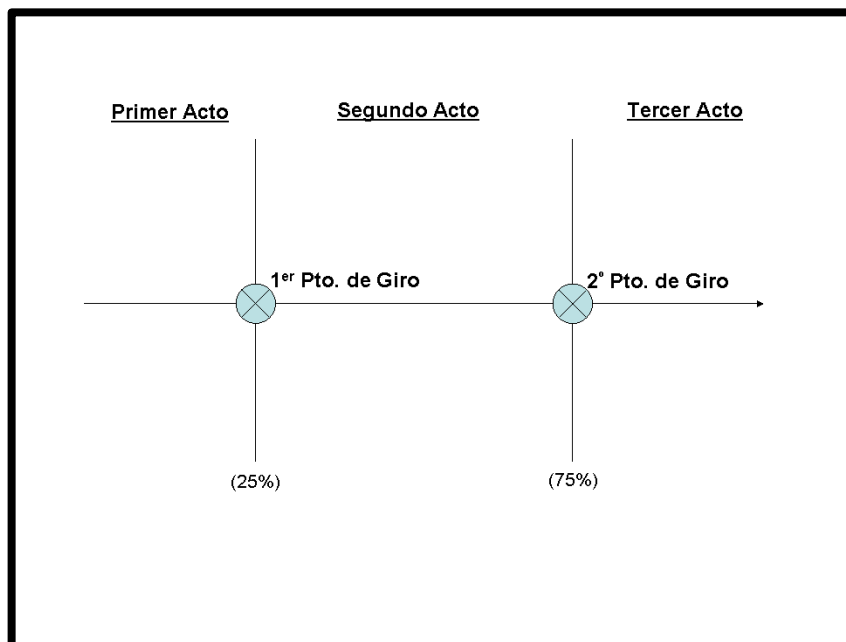
reequilibrio. Es decir: “luego de un acontecimiento, un mundo- hasta ese entonces estable – resulta desequilibrado. A partir de ese momento apunta a recuperar su estabilidad, ya sea por la instauración de un nuevo equilibrio, ya sea por el retorno al equilibrio inicial” (Gardies, 2014, p.102).

En palabras de Fernando Canet y Josep Prósper (2009), la estructura narrativa no se sostiene por la simple presentación de una situación de un personaje en un tiempo específico, es decir, no se trata de la descripción de una situación. Para que exista una estructura narrativa, aquellos sucesos deben sufrir cambios o alteraciones. “Para que un texto narre una historia mínima deben contemplarse al menos tres elementos: un estado (A), un evento que provoque cambio en (A) y un nuevo estado (C) fruto del cambio en (A)” (Canet y Prósper, 2009, p.18). En resumen, “la presencia de un evento o suceso [...] es la condición mínima para que un texto sea considerado como narrativo” (Ibid.). Sin embargo, no se trata de la única condición.

Alrededor de los estudios de la narratología, la estructura de los tres actos propuesta por la *Poética* de Aristóteles (inicio, desarrollo y final) aún tiene vigencia. No importa si una historia parte desde la mitad, el inicio o el final, lo que importa es que los tres momentos no sean elementos aislados, sino situaciones que deben tener encadenamiento o continuidad, para provocar el ascenso de las emociones hasta un clímax.

Este camino nos acerca a otro principio o condición para que un texto sea considerado narrativo: “[...] además de la presencia del cambio se precisa que las diferentes unidades que van componiendo la historia estén relacionadas entre sí” (Canet y Prósper, 2009, p.18). Asimismo, “una estructura narrativa intencionalmente organizada y jerarquizada —por muy invisible que parezca— es un factor primordial en la misión de persuadir, seducir, fascinar a un espectador” (Rajas, 2014, p.51).

**Figura 4.** Estructura de tres actos del relato.



*Nota:* tomado de internet del blog Abel Amutxategi

Una vez que se conocen las condiciones mínimas para que un texto sea considerado narrativo, es momento de analizar qué tipos de relaciones pueden ocurrir para que los tres momentos (inicio, desarrollo, fin) estén interconectados. Un tipo de relación es la *temporal*. Price (citado en Canet y Prósper, 2009) menciona que “organizar los eventos en el tiempo es una de las principales características de la historia” (p.18). Canet y Prósper (2009) sostienen que la relación temporal permite la distinción entre un texto narrativo y un texto descriptivo (por ejemplo, los documentales o reportajes audiovisuales). Asimismo, Rimmon-Kenan (citado en Canet y Prósper, 2009) menciona que “las descripciones o exposiciones son diferentes de un texto narrativo, porque el criterio temporal no es el que prevalece sino el espacial” (p.19). La historia se ubica en un tiempo determinado (pasado, presente, futuro y la combinación de ellas).

Así pues, la diferencia fundamental entre un texto narrativo y un texto descriptivo, no se centra en el discurso (significante), ya que en ambos casos éste es secuencial, y por tanto temporal, sino se establece más bien por la relación que mantienen los contenidos que se quieren transmitir (significado). Así, un texto narrativo traduce temporalmente el discurso una relación que es igualmente temporal en los contenidos de la historia. Por el contrario, en el caso de un texto descriptivo la temporalidad del discurso no representa una vinculación temporal sino una relación espacial entre los contenidos que se quiere comunicar. (Canet y Prósper, 2009, p.19)

Otro tipo de relaciones con las que se logra unir los tres momentos son las relaciones de *causalidad*, es decir, una acción que genera una reacción:

Así pues, teniendo en cuenta ambos tipos de relaciones, la temporal y la causal, una historia mínima se puede definir así: el estado (A) precede al evento (B) y éste a su vez al estado (C) y además (B) es la causa de (C). (Canet y Prósper, 2009, p.20)

Para algunos teóricos, la simple sucesión de acciones representa ya una narración; pero desde otras perspectivas, es obligatorio que existan principios de causalidad. Según Rajas (2014): “[...] lo principal es que el relato es un formato temporal, por lo que el tratamiento del tiempo es el factor esencial de cualquiera de las técnicas que estamos consignando aquí” (p.52).

#### 2.2.2.2. Trama y Conflicto

Aristóteles sostuvo que la parte más importante dentro de una narración es la trama. Este filósofo decía que las buenas historias son aquellas que tienen un ritmo y una secuencia entre un inicio, desarrollo y fin (Sánchez Navarro, 2006), es decir que es necesario conectar los diferentes elementos de la narrativa para que se desencadenen las acciones y acontecimientos.

En palabras de Elmore Leonard (citado en Harris, 2014) la trama es quitar lo aburrido y presentar lo esencial. En ese marco, “toda ficción de éxito tiene un objetivo, tiene una secuencia de acontecimientos fascinante y con significado” (Harris, 2014, p.87).

Harris (2014) invita a pensar en las historias que nos han impactado y que aún viven en nuestros recuerdos. Al leer, mirar o escuchar una historia, el lector o espectador entra, metafóricamente, en un camino donde hay una gradación de los acontecimientos que viven los personajes. Cada avance en los acontecimientos estará dotado de una emoción más fuerte que la anterior. Todo ese transitar por la dirección que te ofrece la trama obliga al espectador a pensar en cómo acabará la situación (Harris, 2014).

La trama está muy asociada al conflicto y a la transformación. Si la trama es un camino diseñado para llevar al espectador, el conflicto es la fuerza que lo obliga a moverse, lo que llama la atención dentro de un relato. Por esa razón, es imprescindible la existencia de una “situación inicial y producirse un cambio, algún tipo de alteración, cuya importancia se verá en la resolución final” (Sánchez Navarro, 2006, p.17). Será el conflicto, entonces, aquello que dañe o cambie la situación inicial de los personajes hacia un desenlace que solo se conocerá al final.

No obstante, hay que tener presente que la suma de las partes no implica una trama, se debe buscar que las partes tengan relaciones de causa y efecto que el escritor o el productor audiovisual haya planificado previamente. En el caso de la producción audiovisual, cada escena debe estar en relación con la siguiente. En ese sentido, “cuando leemos nos tiene que

preocupar lo que está ocurriendo y lo que puede pasar a continuación. Y si eso no fuera así, las historias que leemos acabarían abandonadas antes de que las terminemos, recogiendo polvo sobre una estantería” (Harris, 2014, pp.87-88). Desde otro punto de vista, “trama es un término preciso que se refiere a la pauta de acontecimientos internamente coherentes interrelacionados, que se deslizan por el tiempo para dar forma y diseño a la narración” (McKee citado en Canet & Prósper, 2009, p.95). Así, entonces, “una simple sucesión de acontecimientos no genera ninguna historia. Es necesario que un final se relacione con el principio; un final que muestre qué ha acontecido con el deseo que se originó en los sucesos narrados en la historia” (Sánchez Navarro, 2006, p.17). En síntesis, se podría decir que “la trama aporta coherencia a la ficción uniendo a todos los personajes, los ambientes, la voz y todo lo que los rodea alrededor de una única fuerza organizadora” (Harris, 2014, p.88).

En la explicación de Sánchez Navarro (2006) se menciona que hay dos formas de entender la trama. En el primer caso, la trama sería un ejercicio entre el escritor (autor real) y el lector para dar sentido, orden, enfoque a los acontecimientos que ocurren. “Las obras de ficción no tratan, ni pueden tratar sobre un millón de cosas y, por lo general, solo tratan de una cosa” (Harris, 2014, p.88). En el otro caso, y de acuerdo con Chatman, el autor real hará que el enunciado narrativo se enfoque en algo, mientras otras cosas se tendrán que suponer. Se remarcará un solo tema o personaje, es decir, el autor real tomará la decisión de qué mostrar en la historia (Canet & Prósper, 2009). Con estos dos criterios se hace referencia, también, a la disposición del relato por parte del autor (escritor o productor audiovisual).

Las recomendaciones de los autores para dotar de organización a la trama narrativa es realizar las preguntas dramáticas al relato. A nivel interno, “la gran pregunta dramática sigue siendo la fuerza organizadora central incluso en el mundo relativamente complejo de las novelas” (Harris, 2014, p.89). Es decir, ¿el personaje principal de la obra acabará consiguiendo su objetivo?, ¿se resolverá el asunto que tiene el personaje en su cabeza? Para

Harris, en el ámbito de la literatura, “uno de los motivos principales por los que seguimos leyendo es por la intriga que crea la gran pregunta dramática. Necesitamos saber cuál acabará siendo la respuesta” (Ibid.).

Entonces, las preguntas dramáticas serán las guías, las señales y los anzuelos para mantener al lector o espectador enganchado al relato. Dentro de este proceso, hay que prestar atención a la respuesta que se le ofrece a la pregunta dramática, es decir, se debe planificar la dosificación de las acciones y acontecimientos para que la pregunta dramática se resuelva de forma pausada y organizada.

No obstante, debes tener en cuenta que los lectores tienden a sentirse insatisfechos si la respuesta, sea cual sea, viene producida por una especie de *deus ex machina*, un término griego que se refiere a los actos aleatorios de algún dios o la suerte que lo resuelve todo [...] La respuesta debería venir directamente de las acciones o los pensamientos del protagonista. (Harris, 2014, pp.89-90)

En resumen, en el terreno de la narrativa existe una variedad de estrategias para mantener al espectador frente a la historia. La dinámica de los acontecimientos dependerá mucho del formato que se esté produciendo: las telenovelas, por ejemplo, tendrán tramas más largas con varios picos altos y bajos; quizá dentro de una película, en cambio, los sucesos sean relativamente estables hasta antes del clímax, para otorgar al final mayor fuerza dramática. En ese sentido, Harris (2014) expresa que la pregunta dramática debe tener el mismo peso que la respuesta. El autor explica que un relato puede ser desequilibrado si se plantean muchos interrogantes al inicio con una respuesta no convincente. Entonces:

Aunque la gran pregunta dramática pueda parecer extraña a algunos escritores, como si se tratara de un elemento raro que debemos introducir a la fuerza del relato, donde tal vez no encaje, es una de las partes orgánicas de tu universo ficticio y está conectada con todos los otros elementos de la obra. Lo más importante es que la pregunta surge de la relación que hay entre tres elementos: el protagonista, su objetivo y el conflicto que se interpone ante esa meta. (Harris, 2014, p.90)

El otro elemento de la trama, que se ha mencionado de forma más o menos superficial, es el conflicto. Para profundizar, se dirá que el conflicto ocurre cuando un personaje se enfrenta a otro. Es decir, “para que la historia funcione hay que sembrar obstáculos en el camino de nuestro personaje principal” (Harris, 2014, p.93). En ese sentido, “siempre se parte del conflicto como catalizador del proceso de transformación que sufrirá el espectador junto al personaje durante el viaje que realizará con la historia” (Grau Rafel, 2017, p.38). Así, dentro de la narrativa, serán los personajes principales quienes tengan que enfrentarse a diversos conflictos que provocarán una huella en su psicología (que se puede interpretar como la transformación del o los personajes).

En ese marco, el autor advierte que en el proceso creativo nunca hay que ponerle la situación demasiado fácil al personaje principal, porque “facilitar la vida a los personajes acaba produciendo ficción de mala calidad. Toda trama depende del conflicto” (Harris, 2014, p.93). Otro aspecto a considerar respecto al conflicto es que, una vez presentado al espectador, éste estará pendiente de su resolución. “Hay una imperiosa necesidad de que exista el conflicto para que haya una resolución y explicación del sentimiento creado a través de las historias” (Grau Rafel, 2017, p.38).

La gran pregunta narrativa encierra el conflicto, en ese sentido, el lector o espectador se hará preguntas de tipo: ¿lo logrará o no?, ¿quiénes son sus oponentes?, ¿qué situaciones

debe superar? Así, la respuesta a la pregunta dramática se va ofreciendo de poco, en la medida en que el personaje va superando los diferentes y variados obstáculos. Una vez superados los obstáculos, el personaje y el espectador cambian. En resumen: “si no hay conflicto, no hay transformación, y sin transformación no hay resolución ni aprendizaje para el receptor de la ficción” (Grau Rafel, 2017, p.39).

Los tipos de conflictos más generalizados dentro de la narrativa son:

- El conflicto que ocurre entre el personaje y fuerzas humanas (opositores).
- El conflicto que ocurre entre el personaje y fuerzas no humanas (naturaleza, catástrofes, meteoritos o pandemias).
- El conflicto interno del personaje, que se enfrenta a sus propios deseos, miedos o traumas.

(Doc, 2009)

En síntesis, la trama es el procedimiento de disposición, orden y selección de acontecimientos, y avanza debido a la fuerza motora que se denomina conflicto y que a lo largo de la narrativa va generando preguntas y respuestas.

#### 2.2.2.3. Tríada narrativa

A través de la historia han existido diversas formas de estudiar el relato. En este apartado, se presentan algunas de las posturas teóricas que problematizan dicho eje. Al final de esta sección, se describirán y explicarán los tres momentos de una estructura narrativa.

Según Rajas (2014) se pueden identificar al menos tres momentos para implicar al receptor. Uno de ellos es el primer acto o escena inicial, donde se evidencia: el género, el universo diegético, la exposición de los personajes, el tono y la atmósfera. Así, “la forma de comenzar se erige como un recurso básico para establecer una comunicación fluida con el receptor: se gestiona su curiosidad, su expectación, su anhelo irrefrenable por conocer” (Rajas, 2014, p. 47).

Luego, el segundo acto, nudo o desarrollo, cuya función principal será hacer progresar el relato y evitar que el espectador se aburra o se distraiga. Según Rajas (2014) algunos recursos para evitar el aburrimiento en el público son:

- El crecimiento gradual de los conflictos
- La acumulación de obstáculos del personaje
- El personaje es víctima de dilemas y calamidades no previstas
- Colocación de alternativas de acción que el personaje debe elegir
- Transición al último acto.

El tercer acto, conclusión, desenlace, o cierre del relato, es donde se dosifican algunos elementos narrativos para que el espectador esté muy atento al desenlace y pueda resolver sus preguntas, satisfacer sus expectativas o poner en conexión con otros relatos (Rajas, 2014). Grau Rafel (2017) sostiene que “la catarsis final para Aristóteles representa la toma de conciencia del espectador que, comprendiendo a los personajes, alcanza este estado final de conciencia, se distancia de sus propias pasiones y alcanza un avanzado nivel de sabiduría” (p.38).

Algunos recursos o estrategias narrativas para implicar al espectador son:

- Manejo del tiempo
- Dosificación de información y emoción
- Presentación del clímax
- Anticlímax
- Falsos finales
- Clausura abierta
- Epílogo

(Rajas, 2014)

Este análisis de la narración en tres momentos y la observación de diversas estrategias para enganchar al público, son los recursos básicos para acercarse a productos audiovisuales. No cabe duda de que existen otros tipos de estructuras, otras disposiciones y recursos de atención hacia la narrativa más complejos, pero se considera que esta explicación es suficiente como punto de partida para el estudio de los videos musicales.

#### 2.2.2.4. Historia y contenido

##### 2.2.2.4.1. Sustancia: referencia e ideología

La referencia o ideología tiene que ver con el mensaje que se desea transmitir al lector o espectador (Tarín, 2016). Este mensaje no sería posible si el autor de la obra no seleccionara, o imitara según Chatman (1990), elementos que provienen de la realidad física y cultural. Una vez que se seleccionan los elementos a representar, se elige un medio

narrativo, pero este procedimiento siempre estará cruzado por cuestiones culturales del autor y el espectador (Chatman, 1990).

#### 2.2.2.4.2. Sucesos, acciones y acontecimientos

Dentro de una estructura narrativa, las acciones y los acontecimientos serán los motores que movilicen la narración. Los personajes realizan acciones que tienen consecuencias o hay una acción externa que provoca cambios en los personajes (Casetti y Di Chio, 1998).

Otras propuestas afirman que, para que un texto sea considerado narrativo, debe cumplir con las condiciones de jerarquización y continuidad, y que en su interior ocurran relaciones de temporalidad y causalidad (Canet & Prósper, 2009). Es decir, la acción ocurre dentro de un tiempo específico y provoca otras acciones (proceso de causa – efecto), generando una dinámica de encadenamiento. Sin embargo, hay que considerar que no todas las acciones tienen el mismo peso dentro de la narrativa.

El estudio de las acciones y acontecimientos puede profundizarse. Algunos autores plantean que dicha categoría se puede analizar desde varias perspectivas, como comportamiento, función y acto. El comportamiento se relaciona con la interpretación actoral, la función con los actos estandarizados y el acto con las relaciones de causa y efecto entre los actantes (Casetti y Di Chio, 1998).

En la literatura científica sobre la acción, hay autores que diferencian las categorías de acción y acontecimiento. En ese marco, se habla de acontecimientos cuando la fuerza que lo provoca es el ambiente (clima, catástrofes, epidemias, destino, etc.) y el personaje no tiene la capacidad de controlarlo (Casetti y Di Chio, 1998).

En una postura similar, la diferencia entre acción y acontecimiento se establece para identificar si el personaje es activo o pasivo: “el activo, que se sitúa como la fuente directa de la acción, y el pasivo, que, en lugar de caracterizarse por su capacidad de actuar, lo hace como personaje que fundamentalmente reacciona a las circunstancias externas que le afectan” (Canet & Prósper, 2009, p.44).

Desde el punto de vista de Bal (1990), en cambio, no existe una diferencia entre acción y acontecimiento. El autor se enfoca en exponer lo que entiende por acontecimiento, y lo explica como la transición de un estado A hacia B que sufren los personajes. El aporte que brinda la autora para entender mejor la acción o el acontecimiento es prestar atención a los cambios, las elecciones y las confrontaciones al interior del relato. El próximo acápite tratará, precisamente, sobre los cambios o las transformaciones.

En la siguiente tabla, a modo de síntesis, se observan las dimensiones de análisis con respecto a la acción (el comportamiento, la función y el acto):

**Tabla 2.** Dimensiones de análisis de la acción en la estructura narrativa.

<b>Acción como comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Conjunto de textos</li> <li>– Procedencia del personaje</li> <li>– Acciones conscientes e inconscientes</li> <li>– Individual o colectivo</li> <li>– Singular o plural</li> <li>– Único y repetitivo</li> <li>– Plano fenomenológico</li> </ul>
<b>Acción como función</b>	<p>Tipos estandarizados de acciones</p> <p>Plano formal</p> <p>Funciones que vienen del cuento ruso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La privación</li> <li>– El alejamiento</li> <li>– El viaje</li> <li>– La prohibición</li> <li>– La obligación</li> <li>– El engaño</li> <li>– La prueba</li> <li>– La reparación a la falta</li> <li>– El retorno</li> <li>– La celebración</li> </ul>
<b>Acción como acto</b>	<p>Aproximación abstracta</p> <p>Personaje es un actante</p> <p>Se estudia al acto y su relación.</p> <p>Cuatro etapas de acto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Performance</li> <li>– La competencia</li> <li>– El mandato</li> <li>– La sanción</li> </ul> <p>Personaje como posición y operador</p>

*Nota:* tomado del libro *Cómo analizar un film*, de Casetti y Di Chio (1998).

Dentro de la categoría de acción también se encuentran las transformaciones, es decir, la evolución que generan las acciones, provocando un efecto en los personajes. Desde el inicio del relato, es preciso identificar los modos de ser y hacer de los personajes, mirando la parte más superficial, lo que se ve. El modo de hacer se relaciona con las acciones que ejecuta el personaje; a partir de allí, se evidencian los cambios que pueden ocurrir a nivel

personal o grupal dentro del relato. De modo más general, y casi con amplio acuerdo, se sostiene que las transformaciones apuntan hacia el mejoramiento o empeoramiento de los personajes o beneficiarios (Canet & Prósper, 2009). Bremond explica que “éstos son los dos únicos posibles caminos que puede tomar una sucesión de acontecimientos: «mejoramiento a obtener» y «degradación previsible»” (citado en Canet & Prósper, 2009, p.50).

Este tipo de transformaciones ocurren de forma fortuita o a través del complemento de una tarea específica. En los procesos de transformación hay una relación inversa (por ejemplo, mientras el héroe mejora, el antagonista empeora). Bal (1990), amparándose en los criterios de Bermond, indica que los procesos de deterioro pueden estar reflejados en los tropiezos, la creación de un deber, los sacrificios, el ataque soportado o los castigos; mientras que los procesos de mejoramiento se observan en situaciones como: el cumplimiento de la tarea, la intervención de los aliados, la eliminación de oponentes, la negación al ataque, la satisfacción, entre otros.

Casetti & Di Chio (1998) sostienen que dentro de las transformaciones pueden ocurrir variaciones estructurales:

- *La saturación:* hay una serie de elementos que acontecen desde el inicio y tienen un final lógico. No hay mayor sorpresa.
- *La inversión:* los elementos del inicio no tienen relación alguna con el final. Hay ejercicios de trasgresión y negación. Esto ocurre mucho en formatos policíacos, donde al final se conoce al culpable.
- *La sustitución:* hay una variación total entre los elementos que se presentan al inicio y los del final. Hay un aparente orden, pero los elementos no tienen relación en la cadena de significados.

- *La suspensión*: los elementos estructurales iniciales no dan respuestas al final, queda una sensación de vacío, dudas o una interpretación abierta.
- *El estancamiento*: la no variación o el mínimo de cambios en la estructura. Según los autores, este tipo de estructura se encuentra en narraciones de tema periodístico.

Otras categorías relacionadas a la acción son los regímenes de narración. Con respecto a este punto, se reconocen: la *narración fuerte*, la *narración débil* y la *antinarración*. Para identificar si una narración es fuerte, hay que considerar elementos como ambiente y organización. A continuación, parafraseando a Casetti y Di Chio (1998), se presentan los elementos a tomar en cuenta para determinar si la narración es fuerte, débil o se está en frente de una antinarración:

- *Ambiente*: analizar si hay organicidad entre los espacios físicos o sociales que dotan de significado la narración.
- *Organización*: hay que identificar los valores o esquemas axiológicos con que se fundamentan los personajes. Según estos esquemas se crean las identidades de las personas y sus respectivas acciones. La estrategia más común para que haya un juego dinámico de la estructura narrativa se da a través de la oposición de elementos (bueno vs. malo, blanco vs. negro, etc.)
- *La situación de partida y llegada*: el cambio que sufre el personaje, a través de diversas acciones, durante la narrativa.

- *La situación de llegada como predecible o perturbadora*: las diferentes acciones pueden llevar al personaje a una situación con finales predecibles o sorprendentes.

El régimen de narración débil hace referencia a los elementos mencionados, pero con inclinación hacia el desequilibrio. “Las situaciones narrativas sufren una especie de trastorno: ya no existe equilibrio entre elementos, sino una hipertrofia de los existentes (personas y ambientes) respecto a los acontecimientos (acciones y sucesos)” (Casetti y Di Chio, 1998, p. 212).

Por último, el régimen considerado como antinarración hace referencia a que “el nexo ambiente–personaje pierde todo tipo de equilibrio, y la acción ya no desempeña ningún papel relevante: el diseño ya no aparece dotado de una estructura intrínseca, e incluso pierde cualquier tipo de valor dinámico” (Casetti y Di Chio, 1998, p.215). Algunas consideraciones que se deben tener en cuenta para identificarlo son:

- La narrativa es fragmentada y dispersa
- No existen axiologías claras e identificables
- Las acciones no tienen nexos causales
- Hay transformaciones lentas que no tienen un final claro

Para cerrar este punto, se presentan a continuación, a modo de síntesis, los principales aspectos o características a tener en cuenta para analizar las acciones y las transformaciones de los personajes, ambientes u objetos:

**Tabla 3.** *Las dimensiones de análisis de la transformación dentro de la estructura narrativa.*

<b>TRANSFORMACIÓN</b>	
<b>Cambio</b>	De carácter / de actitud Individual / colectivo Explícito / Implícito Uniforme / Complejo Lineal / Quebrado Efectivo / Aparente Lógico / Cronológico ...
<b>Proceso</b>	Mejoramiento Empeoramiento ...
<b>Variación estructural</b>	Saturación Inversión Sustitución Suspensión Estancamiento ...

*Nota:* tomado del libro *Cómo analizar un film*, de Casetti y Di Chio (1998).

#### 2.2.2.4.3. Los personajes

Sin personajes no existe la acción. Los personajes son parte importante de la estructura del relato y su existencia dentro del mundo narrativo debe responder a los significados que se buscan transmitir. No puede existir un personaje que no genere ninguna acción y que no sea el depositario de algún valor moral dentro de la narración. “[...] los personajes se construyen desde la perspectiva del discurso, entendiendo su estructura o función en el texto como medular no solo en la configuración de la expresión, sino en la propia existencia formal del relato” (Rajas, 2014, p. 52).

Específicamente, en el ámbito de la literatura se debe entender que:

Los personajes son el núcleo de cualquier historia. Los que interactúan e influyen en todos los demás elementos de la ficción. Los personajes son el motor narrativo, quienes transportan al lector desde la primera hasta la última página haciendo que le importe lo que les ocurre. (Reissenweber, 2014, p.48)

Desde el plano semiótico, se puede mencionar que, dentro de la comunicación audiovisual, el personaje está compuesto por imágenes y sonidos. Es decir, a diferencia del texto literario, el personaje se ve y se escucha dentro del relato audiovisual. “Pertenece entonces al sistema complejo que es el texto filmico; más precisamente, es un signo que trabaja en el seno del sistema textual” (Gardies, 2014, p.107). Realizando acciones correspondientes a alguna situación, “su sentido no deja de evolucionar, de construirse y de deshacerse. Este trabajo se efectúa sobre el doble principio de la atribución y la diferencia” (Ibid., p.108). Dichas operaciones (de atribución y diferencia) se refieren a que la creación del personaje debe ser pensada desde las dimensiones físicas, psicológicas y culturales, para dotarlo de verosimilitud. Según Gardies (2014), la atribución del personaje ocurre a través de su aspecto físico, carácter, gestualidad y objetos emblemáticos; sin embargo, no hay que dejar al margen el sonido, que también es portador de elementos de atribución del personaje.

La caracterización de un personaje también ocurre desde la diferencia, “un personaje adquiere sentido diferenciándose de los otros personajes del mismo sistema” (Gardies, 2014, p.108). Es decir que, dentro de la estructura del relato, cada personaje cumple una función. El modelo básico de Greimas: sujeto, objeto y antagonista (Canet & Prósper, 2009) ayuda a entender la diferencia. Los personajes dentro de las historias, entonces, se identifican como diferentes entre ellos, y aquella diferencia ocurre porque cada uno cumple una función y/o rol específico. Según Propp (citado en Canet & Prósper, 2009), la función se puede describir

como la “acción de un personaje definida desde el punto de vista de su significación en el desarrollo de la intriga” (p.68).

Siguiendo la propuesta de Propp, se observan 31 funciones. Desde la perspectiva de este autor, la combinación de dichas funciones permite la creación de relatos. Las 31 funciones pueden dividirse en distintas esferas de acción, logrando establecer, así, siete posibles arquetipos, que son:

- “Héroe
- Princesa o personajes buscados
- Padre de la princesa
- Auxiliar
- Agresor o malvado
- Falso héroe” (Ibíd.)

Otra propuesta para analizar las funciones o roles es el *Modelo actancial* de Greimas. Hay que recordar que la categoría *actante* no hace referencia necesariamente a los personajes, sino que identifica las acciones y las relaciones que realizan los entes dentro de la estructura narrativa (Saniz, 2008). Dicho esto, la propuesta de Greimas (citado en Canet & Prósper, 2009) establece su propia clasificación con seis actantes, divididos en tres parejas:

- *Sujeto y objeto*: el sujeto es el protagonista de la historia. Es el actante que está destinado a cumplir con una misión. El objeto es la persona o cosa que el sujeto desea conseguir para cumplir con su cometido.

- *Remitente y destinatario*: el remitente es el actante (persona u objeto) que revela, indica e informa sobre la misión o búsqueda a cumplir. El destinatario es aquel actante que se beneficia de las acciones del sujeto. Este beneficio incluso puede caer en el mismo sujeto que busca.
- *Ayudante y oponente*: ayudante es el actante que auxilia al sujeto. En cambio, el oponente es aquel actante que le coloca complicaciones al sujeto.

Los tres pares presentados en esta categorización harían referencia al eje del deseo (sujeto - objeto), al eje del poder (remitente - destinatario) y al eje de la comunicación (ayudante - oponente) (Saniz, 2008).

Desde el punto de vista de Vogler (1998), las funciones de los personajes dentro de las historias se pueden determinar por los arquetipos, entendidos como modelos de personalidad que se repiten en la historia y que ayudan a diferenciarse entre sí dentro de la estructura narrativa. Según el autor, los arquetipos más usuales son:

- “El héroe
- El mentor (el anciano o anciana sabios)
- El guardián del umbral
- El heraldo
- La figura cambiante
- La sombra
- El Embaucador” (Vogler, 1998, p.63)

Para algunos autores, focalizando en el actante denominado sujeto, “la pregunta dramática siempre se centra en el protagonista, sobre todo en lo que va a ocurrir en su vida”

(Harris, 2014, p.91). Así como se había mencionado en la propuesta de Greimas, “el objetivo del protagonista va a tener que ver específicamente con obtener una respuesta afirmativa o negativa a la gran pregunta dramática” (Harris, 2014, p.92). Aquella búsqueda de respuesta representa la ruptura del *statu quo* y es lo que desencadena el conflicto. Por esa razón, “la pérdida de felicidad para el personaje o la generación de motivaciones para su objetivo (lo que le aportará de nuevo la felicidad, según cree él) son construcciones narrativas que nos acercan empáticamente” (Grau Rafel, 2017, p.49).

Desde la perspectiva de la gran mayoría de autores, el deseo del personaje es lo que moviliza la acción. En ese sentido, se explica que “todo personaje debería querer algo. El deseo es la fuerza que empuja a la naturaleza humana, y si se aplica a los personajes se crea el impulso que hace avanzar a la historia” (Reissenweber, 2014, p.49), o, en palabras de Greimas (citado en Canet & Prósper, 2009), la *fuerza actancial*.

Si, en cambio, se hace foco en el espectador, Rajas (2014) afirma que “la evolución dramática del personaje incide directamente en el ánimo del espectador, en un sentido emocional pero también didáctico —aprende: descubre, conoce, supera obstáculos junto a él—.” (p.53). Uno de los efectos psicológicos que produce la narrativa es que el cambio que sucede en los personajes también es un cambio que realiza el espectador. En la misma línea, Reissenweber (2014) explica: “que el personaje desee algo con fuerza permite al lector identificarse y simpatizar con él” (p.49). Así, a modo de síntesis: “una de las ventajas de dedicar tiempo a definir un gran deseo del personaje principal es que la línea argumental crecerá de forma orgánica a partir de una necesidad”(Ibíd.).

Otra de las tipologías propuestas dentro del análisis estructural del relato y su modelo actancial corresponde a Diego Gómez (1993). Este autor descompone el relato en los siguientes elementos:

1. *El calificador*: “no corresponde a una persona humana sino a aquel elemento que se encarga de valorar a cada actante y al entorno. El calificador está constituido por la luz cuya mayor o menor presencia otorga los valores positivos o negativos respectivamente” (Gómez, 1993, p.110).
2. *El héroe*: el sujeto que mantiene o restaura la cotidianidad. Corresponde a los valores positivos y su cambio se encamina hacia el mejoramiento continuo.
3. *El anti-héroe*: el sujeto que está en contra del héroe. Representa los valores negativos y su evolución va en degradación. En el enfrentamiento está la prueba que el héroe debe superar.
4. *El donante*: se trata del sujeto que ayuda al héroe a conseguir su cometido, “[...] el Héroe se vuelve dependiente del Donante” (Gómez, 1993, p.111).
5. *El ionizante*: “es un actante que modifica ligeramente el recorrido narrativo del anuncio” (Gómez, 1993, p.111).
6. *El cómplice – acompañante*: se trata del actante que está cerca del anti-héroe, pero conforme avanza el relato, le otorga la razón al héroe. Así, su evolución va de degradación a mejoramiento.
7. *El complementador*: “su presencia o ausencia en el relato no altera el sentido del anuncio y cumple el papel de prolongar acciones, anclar a la realidad y relevo de algún actante o acontecimiento” (Gómez, 1993, p.112).

8. *El demostrador*: se trata de un objeto o instrumento que utiliza el héroe para cumplir con la prueba. Este objeto otorga ciertos poderes o beneficios para ayudar al héroe en su mejoramiento constante.
9. *El observador*: su rol es “[...] observar y evaluar discretamente la demostración del Héroe. Este actante sufre un proceso de mejoramiento en la medida en que, de una actitud pasiva, pasa a aprobar la intervención del Héroe e identificarse con éste [...]” (Gómez, 1993, p.113).
10. *El tutor*: “es un actante poco frecuente que cumple el papel de aconsejar e instruir a diversos actantes sobre determinados aspectos íntimos” (Gómez, 1993, p.113). Este actante viene a ser el equivalente de Padre o Instructor.
11. *El coro*: “representa la conciencia de otros actantes, especialmente de aquellos que se encuentran en una función de desorientación” (Gómez, 1993, p.113).
12. *El narrador*: “el narrador o narratario se manifiesta, cuando se lo ha incluido activamente en el relato” (Gómez, 1993, p.113).

En síntesis, dentro de las reflexiones respecto al personaje, existen diferentes abordajes (ver tabla 4). Las teorías expuestas sobre funciones o roles provienen del mundo de la literatura (Propp), el cine (Vogler) y la publicidad audiovisual (Gómez). Con esto, se busca contar con diferentes alternativas al momento de enfrentarse al análisis de los videoclips.

**Tabla 4.** *Síntesis explicativa sobre el análisis narrativo de un film.*

	<b>Personaje</b>	<b>Acción</b>	<b>Transformación</b>
<b>Nivel Fenómeno</b>	Persona	Comportamiento	Cambio
<b>Nivel Formal</b>	Rol	Función	Proceso
<b>Nivel Abstracto</b>	Actante	Acto	Variación estructural

*Nota:* tomado y adaptado con información del libro *Cómo analizar un film* de Casetti y Di Chio (1998)

#### 2.2.2.4.4. Escenarios

Otro de los elementos existentes en una estructura narrativa es el escenario. Chatman (citado en Canet & Prósper, 2009) define el escenario como el “lugar donde se llevan a cabo las acciones de los personajes” (p.88).

La denominación que utilizan otros autores para este punto es *ambientes*. El ambiente puede remitir a dos cosas: al *decorado* o *entorno* donde se ubican los personajes; o a la *situación*<sup>7</sup>, que refiere al lugar que hace necesaria la presencia (justificada) del personaje. Los autores mencionan que el ambiente debe “amueblar” y “situar” a los personajes (Casetti & Di Chio, 1998).

**Tabla 5.** *El ambiente dentro de la narración.*

<b>Ambiente</b>	
<b>Decorado</b>	Rico
	Pobre
	Equilibrado

<sup>7</sup> Casetti y Di Chio, cuando se refieren a situar, no solo hacen mención al espacio, también se alude a un tiempo determinado de narración. La determinación de espacio y tiempo contextualizará las acciones del personaje.

Situación	Histórico Metahistórico.
-----------	-----------------------------

*Nota:* Elaboración propia fundamentado desde Casetti y Di Chio (1998).

Genette (citado en Canet & Prósper, 2009) propone una explicación sobre las funciones del escenario. El autor se concentra en dos categorías:

- *Función estético – decorativa:* básicamente, cumple la función de decorado u ornamental.
- *Función explicativa:* el espacio se vuelve un elemento informativo y explicativo de la historia.

Además de las propuestas que se han presentado, se añade otra clasificación, que se considera más amplia, sobre las funciones que cumplen los escenarios. Los autores Canet y Prósper (2009) presentan la siguiente clasificación:

- *Función referencial:* el escenario cumple con la función de decorado y ornamentación. Está subordinado a la acción. Se coloca solo para causar verosimilitud en el relato y que no haya una sensación de vacío.
- *Función descriptiva:* ofrece la posibilidad de encontrar elementos, indicios, signos o símbolos que ayuden a interpretar la historia. Este escenario puede estar ligado, indirectamente, a definir las características de los personajes.
- *Función dramática:* se trata del escenario que interactúa con el personaje del relato. Los elementos del decorado del escenario ayudan a crear las acciones. Se establece el mismo nivel de importancia entre escenario y personaje.

- *Función estructural*: el escenario es el factor que determina el relato y las acciones de los personajes. Este escenario puede estar para perjudicar o cuidar a los personajes. La acción está subordinada al escenario.
- *Función atmosférica*: a través del escenario, se busca transmitir al espectador las sensaciones del personaje del relato. En la mayoría de los casos se utiliza para causar empatía, y otras veces para provocar aversión.
- *Función expresiva*: el escenario tiene la capacidad de materializar los pensamientos y sentimientos internos del personaje, y cambia en función de ellos.

#### 2.2.2.5. Discursos y expresión

Según la estructura de Chatman (1990), existen dos elementos constitutivos para un análisis narrativo: la historia (contenido) y el discurso (expresión). Aquello referente a la historia se ha desarrollado en la sección anterior. En este punto, se explicará qué se entiende por discurso narrativo.

Siguiendo la explicación de Chatman (1990), si la historia es el *qué* de la narración, el discurso es el *cómo*, es decir, se trata de la disposición de los elementos. Asimismo, dentro del discurso narrativo, se distinguen dos partes: la *forma narrativa* (estructura de transmisión narrativa o cualquier sistema semiótico) y su *manifestación*.

La forma narrativa hace referencia al producto que se construye a partir de los enunciados narrativos. En este sentido, la materialización del producto audiovisual, por ejemplo, depende de la correcta utilización de los códigos y, además, del mensaje que se desea comunicar. La manifestación, por otra parte, está directamente relacionada con el medio que utiliza la narración para materializarse, por ejemplo: lengua, música, piedra, pintura, ballet, teatro, etc.

Sin embargo, es pertinente preguntarse si el discurso narrativo al que se hace alusión es contado directamente o está mediatizado. Cuando se plantea este interrogante, se está haciendo referencia a las categorías de *mímesis* (mostrar) y *diégesis* (contar), mencionadas anteriormente en esta investigación.

Al colocar la atención en la diégesis (contar), es necesario detenerse a pensar quién es el sujeto o agente que cuenta lo que el espectador está viendo en la pantalla (fuente transmisora). En ese marco, si hay algún tema que contar (y para eso hay proceso de mediación), se concluye que debe existir alguien que lo cuente (este narrador puede estar implícito o explícito). Chatman (1990) afirma que, si espectador o lector “siente que le están contando algo, supone que hay alguien que le cuente. La alternativa sería ser <<testigos directos>> de la acción” (p. 2490).

Sumado a lo descrito anteriormente, hay que puntualizar que: “todo discurso narrativo tiene dos agentes: el que enuncia unos significantes con el objetivo de construir un significado, el autor del discurso, y el que los interpreta dotándoles igualmente de significado, el lector” (Canet & Prósper, 2009, p.23). Sin embargo, cuando se supera el primer acercamiento al discurso narrativo y se ahonda en su reflexión, se pueden identificar seis agentes que intervienen en este proceso:

- Así, del lado del enunciador introduce tres figuras: el autor real, el autor implícito y el narrador.
- Y por lo que se refiere el enunciatario tres figuras más: el público real, el público implícito y el narratario. (Canet & Prósper, 2009, p.24)

Si bien se ha dicho que el discurso narrativo hace referencia a cómo se cuenta la historia, la forma de presentar y ordenar la aparición de un relato también responde a un narrador. En ese sentido, el tópico del discurso se acerca a las reflexiones en torno al punto de vista desde el cual se cuenta la historia. En síntesis, la voz de narrador presenta un enunciado narrativo para un espectador.

Dentro del análisis formal del audiovisual, se busca responder a la pregunta ¿qué tipos de sentidos se pueden identificar cuando los diferentes elementos de la imagen se estructuran de una forma u otra? Para ello, el investigador debe analizar las siguientes categorías: plano, secuencia, composición, posiciones de cámara, movimientos de cámara, continuidad sonora, iluminación y sonido. A continuación, se procede a explicar cada una de estas categorías en dos partes; la primera será una explicación técnica; y la segunda tendrá que ver con las connotaciones que devienen de ellas.

#### 2.2.2.5.1. Análisis general de la imagen audiovisual

En la primera parte de este trabajo se ha argumentado que la imagen es una construcción social y que los contenidos y las formas de presentar aquello que está en la imagen responden a diversos criterios ideológicos. Por ende, la interpretación de la imagen deberá recorrer dos niveles, que van desde lo más superficial hacia lo más profundo: el nivel de la *denotación* y el de la *connotación*.

Para efectuar un análisis de la imagen, el investigador debe detenerse en descomponer todos los elementos que considere que aporten al sentido general del producto audiovisual. Por esa razón, las observaciones pueden atravesar los componentes del plano, la escena, las secuencias, las posiciones y movimientos de cámara, iluminación y sonido. Casetti y Di Chio (1998) explican que, por ejemplo, “el encuadre no se limita a representar

situaciones simples y estáticas, sino que pone en escena una pluralidad de espacios y acciones, o una pluralidad de visiones y situaciones, que otorga al todo una dimensión heterogénea [...]” (p.42).

De esta manera, en las formas audiovisuales que se presentan a través de la pantalla, se observan el tamaño de los encuadres, la intensidad de la iluminación, los diferentes sonidos, posiciones de cámara, etc. Cuando se analiza y se habla sobre la imagen audiovisual, lo que se está buscando, en primer lugar, son las formas; en un segundo momento, se piensa en las interacciones que provocan armonía, contrastes y contrapuntos en todo su conjunto (Del Portillo, 2013).

Una vez que se estudian las partes constituyentes del producto audiovisual, se realiza un ejercicio de relación y generalización, pero siempre teniendo en cuenta los aspectos del contexto cultural al que pertenecen dichos productos. En términos semióticos, se trata de un análisis a nivel de *sintagma* y *paradigma*.

Lo que se busca en la presente investigación es analizar, describir e interpretar la imagen audiovisual de los videos musicales del pueblo indígena de Ecuador. A continuación, se revisan los principales componentes que permitirán continuar nuestra ruta de análisis.

#### 2.2.2.5.2. Plano, escena y secuencia

El plano es la unidad básica de la estructura del audiovisual. A modo de metáfora, se trata de la ventana por donde el espectador mira las acciones que suceden en la pantalla. “Es un término que se aplica para designar la captación de imágenes por un medio técnico” (Fernández y Martínez, 2016, p.29).

Otras definiciones mencionan que el plano “implica una toma de decisión acerca del fragmento de espacio que se quiere representar y, por tanto, supone un punto de vista que

configura la imagen”. Hay que entender que “[el] plano forma parte tanto de la historia del relato (aquello que muestra) como del discurso (por cómo lo muestra)”. Así, “El plano debe ser considerado como una unidad espacio – temporal”. En resumen, se debe indicar que “es un portador de información, ya que permite mostrar un espacio concreto, desde un punto de vista particular y durante un tiempo concreto, lo que determina su legitimidad” (Canet y Prósper, 2009, pp. 288-289-290).

Los tipos de planos, a través de la historia, han ido aumentando en número. Desde planos generales en los inicios del cine, hasta planos desde los drones en la actualidad. A riesgo de caer en el reduccionismo, en la siguiente tabla se describen siete tipos de planos, que se consideran básicos para analizar un material audiovisual.

**Tabla 6.** *Tipología de planos en el audiovisual.*

<b>Nombre del plano</b>	<b>Significado y Función</b>
<b>Plano Panorámico</b>	Encuadra paisajes, el escenario es más importante que la figura humana (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Plano General</b>	El cuerpo del sujeto aparece por completo en el escenario de la acción. Da importancia a la descripción y movimiento corporal (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Plano Americano</b>	Se corta la imagen a la altura de las rodillas del sujeto. Muestran movimientos y expresiones del sujeto que ejecuta la acción. Es una combinación de plano descriptivo con expresivo (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Plano medio</b>	Se corta la imagen del sujeto a partir de la cintura. Sirve para observar la actuación de los brazos y manos (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Primer plano</b>	El sujeto de la imagen se corta por los hombros. Es un plano muy íntimo, exclusivamente expresivo, donde solo se mira el rostro (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Plano detalle</b>	Se enfoca en los objetos que posee el sujeto de la imagen (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Primerísimo primer plano</b>	Encuadra un elemento específico del rostro, por ejemplo la nariz o la boca (Fernández y Martínez, 2016).

*Nota:* elaboración propia con datos e información de Fernández y Martínez (2016)

La escena, por otro lado, “es una parte del discurso visual que se desarrolla en un solo escenario y que por sí misma no tiene un sentido dramático completo” (Fernández y Martínez, 2016, p.29). La condición de la escena es que se debe realizar dentro de un único espacio determinado.

En cambio, se define a la secuencia como “una unidad de división del relato visual en la que se plantea, desarrolla y concluye una situación dramática. No es preciso que esta estructura sea explícita, pero debe existir de forma implícita para el espectador” (Ídem). La secuencia, como conjunto de escenas, puede desarrollarse en uno o varios escenarios. “También puede desarrollarse de forma ininterrumpida de principio a fin, o bien fragmentarse en partes mezclándose con otras escenas o secuencias intercaladas” (ídem).

Algunos autores mencionan que los términos escena y secuencia muchas veces se utilizan como sinónimos (Fernández y Martínez, 2016). En esta investigación se considerarán en forma separada.

#### 2.2.2.5.3. Posiciones de la cámara

Las posiciones de cámara se refieren a los diversos modos de colocar la cámara respecto al personaje u objeto. Jugar con las diferentes alternativas de posición de la cámara ayudará a remarcar algún significado particular en el registro de una imagen. A continuación, se exhiben posiciones básicas que permitirán el análisis del video musical.

**Tabla 7.** *Posiciones de cámara en el lenguaje audiovisual.*

<b>Posiciones de la cámara</b>	<b>Funciones y significado</b>
<b>Frontal</b>	Cerca y a la altura del rostro.

$\frac{3}{4}$	A 45 grados a la altura de rostro.
<b>Perfil</b>	Posición de la cámara a 90 grados del rostro y cuerpo de la persona.
<b>Media espalda</b>	Muestra la espalda del sujeto a 135%.
<b>Espalda</b>	La cámara se posiciona a la espalda del sujeto.
<b>Nivel de los ojos</b>	Cuando la cámara está a la altura de los ojos.
<b>Picado</b>	Cuando el objeto o sujeto queda por debajo de la cámara.
<b>Contrapicado</b>	Cuando el objeto o sujeto queda por encima de la cámara.
<b>Supino</b>	La cámara apunta entre 80 a 90 grados hacia el cielo.
<b>Aplomo</b>	La cámara apunta directamente al suelo.

*Nota:* tabla de elaboración propia con datos del canal de YouTube *The Piriz TV* (2018)

#### 2.2.2.5.4. Movimiento de cámara

Los movimientos de la cámara responden a funciones específicas. Desde la perspectiva de Fernández y Martínez (2016), amparados en las ideas de Marcel Martín, los tipos de movimiento según sus funciones son:

##### *a) Descriptivos:*

1. Acompañamiento de un personaje u objeto en movimiento.
2. Creación de un movimiento ilusorio en un objeto estático.
3. Descripción de un espacio o una acción con sentido dramático unívoco.

##### *b) Dramáticos:*

1. Definiciones de las relaciones entre dos elementos de la acción.
2. Relieve dramático de un personaje o de un objeto importante.
3. Expresión subjetiva del punto de vista de un personaje.

#### 4. Expresión de la tensión mental de un personaje. (p. 53)

Sin embargo, “conviene considerar que los movimientos y desplazamientos de cámara pueden ser justificados o no justificados diegéticamente” (Canet y Prósper, 2009, p.329). En diversas ocasiones el movimiento de cámara entrega información; otras, aporta continuidad al relato y sentido al personaje principal. En el siguiente cuadro se describen las tipologías de movimientos de cámara:

**Tabla 8.** *Movimientos de cámara, funciones y significado.*

<b>Movimientos de cámara</b>	<b>Funciones y significado</b>
<b>Toma Fija</b>	La cámara se mantiene inmóvil. (Fernández y Martínez, 2016)
<b>Panorámica o giro</b>	Un giro de 360 grados alrededor de su propio eje. Puede ser eje vertical u horizontal (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Barrido</b>	Una panorámica rápida. Su función es para realizar transiciones o cambio en desplazamientos de los personajes (Fernández y Martínez, 2016).
<b>Travelling</b>	La cámara se mueve con el personaje. Las funciones son de acompañamientos al personaje (Fernández y Martínez, 2016). La cámara puede estar sobre un carrito, grúa, dolly, automóvil o en el cuerpo del camarógrafo (Casetti y Di Chio, 1998).

*Nota:* elaboración propia.

#### 2.2.2.5.5. Iluminación y colores

La iluminación es otro de los códigos de relevancia dentro del análisis de la imagen. En este punto se seguirán las ideas y argumentos de Casetti y Di Chio (1998), quienes explican la existencia de dos formas de iluminación, la *iluminación neutra* y la *iluminación subrayada*. En la iluminación neutra, se iluminan los diferentes objetos para que sean reconocibles ante los espectadores; se trata de una iluminación que se acerca a lo que se

podría considerar “natural”. La iluminación subrayada, en cambio, altera el contorno de los objetos, muestra y oculta algo, provoca contrastes violentos entre luces y sombras. Sus características son más artificiosas.

#### 2.2.2.5.6. Sonido, música e imagen

Hasta ahora no se ha considerado el tema del sonido y cómo éste se relaciona con las producciones audiovisuales, pero es indudable que hay una estrecha relación entre la imagen y el sonido. Por eso, se analizará la relación entre el término general de sonido y las imágenes, y, en un segundo momento, se reflexionará sobre los aspectos relevantes de la música y las imágenes dentro de la estructura del videoclip.

Cabe aclarar que el presente estudio no busca abrir un debate sobre la mayor relevancia de un elemento respecto al otro (imagen y sonido), sino mirarlos como elementos complementarios que persiguen una unidad de sentido (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016). “Es muy difícil que en cualquier film o programa no existan momentos expresivos en los que el sonido sea absolutamente determinante” (Ibíd., p.193). En ese sentido, se hace caso a la recomendación de los autores, que dicen que “el sonido nunca debe ser sustitutorio de la imagen sino debe acompañarla e integrarla” (Ídem).

El valor de la música dentro del cine es casi indudable. Por esa razón, ha existido un interés fuerte y serio por parte de los académicos sobre la relación música y cine. La música tiene la capacidad de provocar sensaciones y estados de ánimo. Así, dentro de la producción audiovisual “la música es un extraordinario medio para ser asociado a la imagen fílmica o videográfica, pues presenta atributos muy variados que contribuyen a la apreciación de la obra para el espectador” (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016, p.206). Además, los autores añaden que la intervención de la música “da fluidez al desarrollo de los

acontecimientos, y su combinación con el narrador constituye una forma clásica para ayudar a expresar un comentario” (Ídem).

Dentro de las películas, programas de TV, telenovelas o documentales, la música ayuda a componer un clima específico ideado por el director. Es decir que la canción guía la percepción y la interpretación de la imagen (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016) y, del mismo modo, es una gramática que ayuda a comprender ciertos aspectos de la película o el video: “Es muy eficaz como recurso para exponer situaciones sin explicación verbal, para introducir o culminar una exposición y para puntuar una acción o para marcar una transición” (Ibid., p.206).

La función de la música dentro del video o el cine podrá clasificarse a partir de dos aspectos fundamentales: *música diegética* y *no diegética*. Entendemos a la música diegética como aquella que parte de la narración y su fuente de origen ocurre en la misma narración. Por ejemplo, cuando el personaje coloca una canción en un tocadiscos, o hay una banda de música ejecutando una canción, o cuando el personaje prende la radio y encuentra una canción (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016).

La música diegética cumple ciertas funciones y su aparición nunca es improvisada. En ese marco, hay que entender que:

La música diegética puede cumplir una función de contrapunto dramático, estableciendo pequeños quiebros en el relato. Puede suponer un complemento extraordinariamente eficaz en los momentos en que se hace necesaria cierta interrupción dramática para romper la tensión, para desplazarla hacia otros nudos dramáticos o para encaminarla hacia la resolución del tema. (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016, p.207)

En cambio, la música no diegética “es la que no surge motivada desde adentro de la acción. Es la que se inserta en la banda sonora con objeto de conseguir unos determinados efectos estéticos o funcionales” (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016, p. 207). Además, se remarca que este tipo de música “se ha convertido en un elemento insustituible que forma parte integrante de la carga expresiva de cualquier filme o programa” (Ídem).

Margarita Schmidt (citada en Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016) señala las principales funciones de la música no diegética:

1. La función de refuerzo se efectúa, con frecuencia, asociando a la imagen una melodía o, en su caso, un leitmotiv que, en forma de paráfrasis, relacione los sentimientos evocados por la música con el tema representado en la imagen visual.
2. La música encuentra también una función de enlace entre diferentes planos o secuencias. Puede ser enlace de dos acciones o nudos dramáticos, aportando una tensión emocional a los intermediarios descriptivos. O, en otra línea, unir significativamente imágenes del recuerdo o premoniciones con la acción o sucesos del presente. Con esta función de enlace, la música contribuye a homogeneizar el contenido de planos distintos. (p.208)

El efecto evocador de la música produce estados de ánimo. Para llegar a ese resultado, hay que tomar en cuenta tres conceptos fundamentales que son: *la composición, selección y montaje de registros de archivo.*

Según Souto (citado en Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016), algunas técnicas para trabajar la música en relación al video son:

1. Las producciones audiovisuales suelen ser introducidas con un efecto musical que prepara naturalmente al público para la temática que se expondrá. A menudo, esta música de presentación consiste en una serie de acordes de apertura o en el prólogo del tema que después se desarrollará.
2. El epílogo de un filme se refuerza también con efectos musicales que dan la tónica de culminación de un relato. La imagen por sí misma no siempre puede transmitir la sensación de que finaliza una historia.
3. Los mejores efectos de la música en el cine se alcanzan mediante una banda musical de acción intermitente y entrelazada con otras bandas de sonido. Los temas deben ofrecer variaciones en notas o instrumentos y los ritmos han de ser adecuados a las imágenes que complementan.
4. La introducción o la repetición de un tema puede partir de una semejanza con la banda de efectos sonoros o de un vocalista sincronizado. Así, un efecto de percusión mecánica puede introducir una marcha sincopada, un silbido o tarareo puede ser el prelude para indicar un nuevo tema musical.
5. El acompañamiento musical no está subordinado al plano de la imagen, sino a aquello que la imagen contiene. Puede, por tanto, acompañar cualquier combinación de planos siempre que éstos mantengan una unidad visual. Las transiciones de la música, como las de la imagen, se hacen por encadenamiento de temas, fundidos, o combinación con otros efectos sonoros. (p.210)

A partir de todo lo expuesto hasta aquí sobre música e imagen, podemos responder el interrogante ¿qué tipo de relación existe entre música y videoclip? afirmando que la relación es directa, ya que el producto llamado videoclip es una estructura que comparte imagen y música. Esta relación ocurre a pesar de que la música o canción ya esté elaborada con anterioridad, la canción se vale de la imagen para generar mayor significado e impacto.

### **2.2.3. Análisis de la representación en la producción audiovisual**

La imagen audiovisual, a la que el sujeto posmoderno está en constante exposición, tiene un carácter representativo. Es decir, hay un traslado de la realidad a una materialidad donde el ser humano la puede observar, oír, tocar u olfatear. En otras palabras, se materializa, en algún dispositivo, la forma de percibir el mundo. Por esa razón, “las representaciones marcan las identidades, inflexionan el tiempo, remodelan y adornan el cuerpo y cuentan historias” (Schechner, 2012, p.59).

La representación se entiende como un acto o acción que el ser humano ejecuta en diversos círculos sociales. Aquel acto nunca es espontáneo, corresponde a acciones que se realizan con cierta frecuencia o práctica por el mismo sujeto o por su colectividad. Schechner (2012) afirma que son “conductas realizadas dos veces”. En la actualidad, todo acto humano se puede analizar desde el lente de la representación, “no hay prácticamente ninguna actividad humana que no sea una representación para alguien en algún lugar” (Schechner, 2012, p.77).

Por ejemplo, “los rituales, la interpretación, los juegos y los papeles de vida cotidiana son representaciones porque la convención, el contexto, el uso y las tradiciones así lo establecen” (Ibid., p.74); es decir, son conductas aprendidas que se repiten. Continuando con

la explicación del autor, éste menciona que: “tratar cualquier objeto, obra o producto [...] “como” representación significa investigar qué hace el objeto, cómo interactúa con otros objetos u otros seres. Las representaciones existen sólo como acciones, interacciones y relaciones” (Ibid., p.63).

A pesar de que, como se observa en la cita mencionada, Schechner diferencia los rituales de otras acciones, la propuesta de Goffman (citado en Collins, 2009) permite ampliar el concepto de ritualidad, colocando dentro del mismo acciones formales e informales. Si la idea base de la representación implica actos o acciones que se repiten con frecuencia, entonces se puede englobar en el concepto de ritual o ritualidad.

En ese marco de reflexión, las ideas de Schechner (2012) vienen a conectarse con la reflexión de Goffman. Si para uno las representaciones son actos rituales que conllevan repetición, el otro describe la estructura en la que se lleva a cabo ese proceso y los códigos que condicionan dichas prácticas, ya que hay espacios donde nuestras prácticas rituales son más libres que en otros (Goffman citado en Collins, 2009). Éste último explica el concepto de ritual de la siguiente manera:

[...] el ritual impregna, en mayor o menor medida, toda nuestra vida cotidiana; tanto en el ámbito profano como en el sacro, el ritual tiene un papel clave en la configuración del carácter individual y de las lindes entre los grupos estratificados. (Ibid., p.23).

Todas estas acciones y relaciones, desde el punto de vista de Goffman, ocurren dentro de escenarios, bastidores, actores y públicos: como en una obra de teatro. “Las instituciones sociales en que la gente cree participar, su ubicación en ellas, los papeles que se representa,

ninguna de esas cosas existe en sí misma; sólo al ser actuadas devienen en reales” (Ibíd., p.34).

Para Schechner (2012), hay ocho tipos de representaciones (el autor advierte que no existe una forma pura de representación, sino que se traslapan unas con otras):

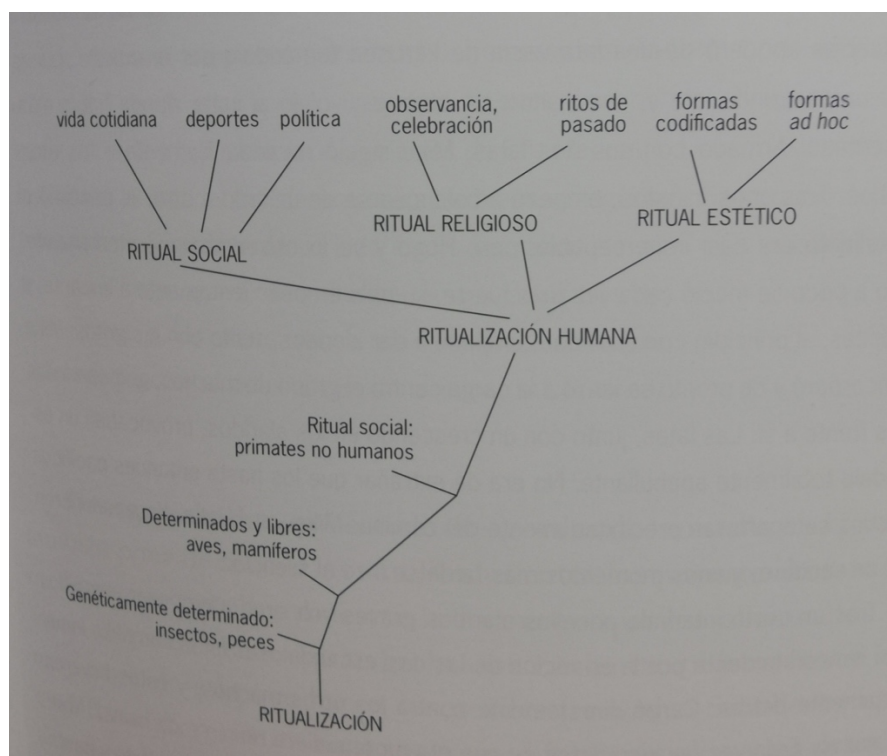
1. En la vida cotidiana – cocinar, socializar, “simplemente vivir”
2. En las artes
3. En los deportes y otros entretenimientos populares
4. En los negocios
5. En la tecnología
6. En la sexualidad
7. En la ritualística – sagrada y secular.
8. En el juego (p. 63)

Las funciones de la representación son:

- Entretener
- Hacer algo que es bello
- Marcar o cambiar la identidad
- Crear o promover el sentido de comunidad
- Curar
- Alcanzar, persuadir o convencer
- Tratar con lo sagrado y con lo demoniaco. (Schechner, 2012, p.85)

Como se observa en la figura n°9, la ritualidad no es exclusiva de los seres humanos, también ocurre en el reino animal, aunque serán los rituales humanos los únicos de interés para este trabajo. En este marco, se parte de la idea de que los videos musicales de los artistas indígenas ecuatorianos son representaciones que se materializan en la imagen, y como representación, dentro de su estructura interna existen, a decir de Schechner (2012), rituales sociales, religiosos y estéticos.

**Figura 5.** *De la ritualización animal hasta la ritualización humana.*



*Nota:* tomado del libro *Estudios de la representación* de Schechner (2012).

A nivel individual, se parte de la idea de que la representación conlleva acciones rituales para la construcción del Yo (*Self*= identidad) del sujeto. Un proceso similar se puede llevar a cabo en la construcción de identidades colectivas, cuando los rituales son la encarnación o la materialización de las ideas de un colectivo, es decir que existen para

actualizar el pensamiento de un pueblo a través de la acción (Schechner, 2012). Los rituales son mensajes que se hacen carne en el cuerpo. El participar de forma constante y activa construye lazos con universos de sentidos. Entonces, toda etiqueta social “es parte de la reciprocidad que se da entre participantes que contribuyen a mantener una realidad situacional” (Collins, 2009, p.41).

Por ese motivo, cuando un ritual es profanado o roto por sujetos que no están conectados con sus códigos “los presentes sienten una *incomodidad moral* que puede expresarse desde con una suave invectiva humorística, pasando por un manifiesto enfado, hasta, en casos extremos, etiquetando al infractor como enfermo mental” (Goffman, Scott y Lyman citados en Collins, 2009, p.45).

Algunas cualidades que se han identificado en todo acto ritual son: movimientos repetitivos, conductas exageradas y exhibición de una parte del cuerpo (a través de máscaras, disfraces, joyas, adornos, etc.) (Schechner, 2012). Pero esto no ocurre solo en sociedades pre modernas, también son practicados en el mundo moderno, por ejemplo: los cánticos en los estadios de fútbol, paradas castrenses, teatro, películas y, por supuesto, el videoclip musical.

Con todo lo dicho, se puede afirmar que los rituales ubican, estratifican, segregan y condicionan. Los actos rituales son puertas de acceso hacia otro nivel o estadio imaginario o simbólico, son el fin e inicio de un tiempo. Según Goffman (citado en González de la Fe, 2011), todo ello ocurre porque el sujeto en sociedad forma parte de diferentes *encuadres (framing)*, entendiendo este concepto como el “conjunto de premisas, de instrucciones necesarias para descifrar la situación que vivimos y dar al flujo de acontecimientos” (p.216). Pero no hay que olvidar que estos encuadres “sirven para dar sentido a lo que sucede [...] un marco condiciona a la persona que está dentro de ella” (Ibid., p.217).

Por ejemplo, en un acto ritual como es la graduación universitaria, hay una transformación de un sujeto de estudiante (asociado a la juventud) hacia el campo laboral profesional (asociado al mundo adulto). Otro acto ritual es el matrimonio, que también implica transformación: ambos sujetos pasan de un estado individual de soltería hacia una nueva situación en donde deben velar por intereses comunes. En ese sentido, hay que entender que “las personas son despojadas de sus identidades anteriores y se les asigna lugares en el mundo social; entran en un espacio temporal en el transcurso de un trayecto, de una identidad social a otra” (Schechner, 2012, p.114).

Casetti y Di Chio (1998), ya desde el plano audiovisual, explican que el término <<representación>> hace referencia a la idea de algo que sustituye lo ausente. Es decir, se lleva a cabo una función vicaria: “ $x$  <<está en lugar de>>  $y$ , por ello  $x$  asimila a  $y$ ,  $x$  hace las veces de  $y$ , etc.” (p.121).

En otras palabras, la representación:

[...] viene a significar, por un lado, la puesta en marcha de una reproducción, la predisposición de un relato, y por la reproducción y el relato mismos. En una palabra, con el mismo término se indica tanto la operación o el conjunto de operaciones a través de los cuales se opera una sustitución, como el resultado de esa misma operación (Casetti & Chio, 1998, p.121).

La representación puede analizarse en dos dimensiones. Por un lado, está el tema de la ausencia y la presencia; pero por otro lado, ocurre una ilusión de realidad. Casetti y Di Chio (1998) explican esta diferenciación de la siguiente manera:

En el primer caso, el resultado sería el garantizar la recuperabilidad de lo ausente, hasta el punto de hacerlo presente (<<Las cosas están ahí, basta con filmarlas>>); mientras que el segundo caso sería el de subrayar la distancia que separa al sustituyente y a lo sustituido, creando una presencia que es más válida por sí misma que por aquello que debe reemplazar (<<Si se quiere obtener la realidad, hay que reconstruirla>>). (p.122)

Tomando como ejemplo un documental audiovisual, observamos que, a través de sus imágenes, muestra una parte de la realidad que no está frente a nosotros. Es decir, recupera lo ausente, tal vez por imposibilidad física de no poder trasladarse a ese lugar para mirarlo en vivo. Sin embargo, como se explica en la cita referida, lo recuperado puede ser ilusorio y artificial (por ejemplo, la construcción del escenario).

Dentro de esta reflexión, cabe decir que el videoclip es un producto que no es espontáneo, se trata de un dispositivo que se diseña en función de diversos elementos y contextos. Las imágenes en movimiento que aparecen en pantalla representan conductas repetidas a nivel de diseño de la imagen, rutinas de producción, discursos institucionales, ritualidades cotidianas y sagradas. En ese punto, se puede pensar en aquello que Schechner (2012) describe como “conductas realizadas dos veces”, y conectarlo con las ideas de Casetti y Di Chio (1998) sobre recuperabilidad y función vicaria.

A partir de estas reflexiones, las preguntas que guiarán el andar de este trabajo son: ¿qué elementos de la ritualidad (cotidiana o sagrada) se muestran en el videoclip de la música andina?, ¿qué tipo de simbologías indígenas se identifican en los videoclips musicales? y, en el proceso de recuperabilidad de lo ausente, ¿qué elementos se priorizan sobre otros?

Cabe indicar que la metodología para realizar un análisis de la representación será sustentada por la propuesta de Casetti y Di Chio (1998). Para los autores, un análisis de la representación sobre un film o un producto audiovisual podría seguir la siguiente taxonomía:

**Tabla 9.** *Taxonomía para análisis de la representación en films o productos audiovisuales.*

Niveles de la representación
El espacio cinematográfico
El tiempo cinematográfico
Los regímenes de la representación

*Nota:* elaboración propia a partir de las ideas de Casetti y Di Chio (1998).

A continuación, se procede a explicar cada uno de estos elementos.

#### 2.2.3.1. Niveles de representación

Según Casetti y Di Chio (1998), dentro de los niveles de representación de estudio de la imagen filmica se identifican tres niveles:

*Nivel de los contenidos (puesta en escena):* esta categoría hace referencia a que las imágenes que se presentan contienen ambientes, objetos, personajes y acciones. Es decir que una imagen, para ser considerada como tal, debe tener algo que se pueda ver y no un espacio en blanco (Casetti y Di Chio, 1998). Los autores invitan a detenerse y reparar sobre la consistencia de la imagen: “objetos, personas, paisajes, gestos, palabras, situaciones, psicología, complicidad, reclamos, etc., son todos elementos que dan consistencia y espesor al mundo representado en la pantalla” (Ibíd., p.172). En síntesis, en este primer nivel de análisis se busca identificar los diferentes elementos u objetos que componen la imagen. En ese sentido, este estadio será de características más descriptivas.

*Nivel de modalidad (puesta en cuadro):* se trata de las formas o maneras de expresar, a través de la imagen, los ambientes, las personas y los objetos que están dentro del cuadro. Se pasa de un nivel descriptivo a otro más analítico, donde se busca identificar los modos en

que son representados cada uno de los objetos. Hay que tener en cuenta, por ejemplo, a qué objeto se le otorga más tiempo en una escena, a qué elementos se realizan mayores acercamientos, en qué objetivos se centra, etc. Analizar la modalidad busca interpretar la intencionalidad del autor. Así, por ejemplo, hay primeros planos para mostrar alguna emoción del personaje, planos generales para ubicar una situación, entre otros (Casetti y Di Chio, 1998).

*Nivel de los nexos* (puesta en serie): en este nivel se busca analizar las relaciones que existen entre elementos de una imagen y la siguiente. La colocación de personajes, ambientes y acciones provocarán efectos o consecuencias que deben tener cierta secuencia lógica. La acción de un personaje influirá sobre otro personaje o ambiente, desencadenando diversos acontecimientos. Es decir, todo elemento que contiene la imagen en movimiento no está ahí por el azar, sino que su selección cumplirá una función determinada dentro de la estructura audiovisual. Toda imagen, en la producción audiovisual, tiene una relación con la siguiente (Casetti y Di Chio, 1998).

Estos tres niveles de representación corresponden a las fases clásicas: preparación, filmación y montaje (Casetti y Di Chio, 1998):

**Tabla 10.** *Fases de preparación, filmación y montaje.*

<b>Nivel de puesta en escena</b>	Se refiere a la planificación de los contenidos que estarán en la imagen. <<preparar>>, <<aprestar>>.
<b>Nivel de puesta en cuadro</b>	Las maneras en que se representan los ambientes, personajes y objetos dentro de la filmación.
<b>Nivel de puesta en serie</b>	Se trata del montaje de las imágenes para que haya sentido y significado.

*Nota:* elaboración propia a partir de las ideas de Casetti y Di Chio (1998).

Los autores (Casetti y Di Chio, 1998) realizan, luego, reflexiones más precisas, dividiendo cada una de las fases descritas en subtemas para revisar qué elementos encierran.

Así, dentro del *nivel de puesta en escena*, para que exista una consistencia de la imagen se deben considerar algunas categorías: los informantes, los indicios, los temas y los motivos.

**Tabla 11.** *Categorías de funcionamiento de la puesta en escena.*

<b>Los informantes</b>	Se trata de todos los datos implícitos o explícitos que informan sobre un objeto o un personaje. A través de la imagen o el sonido, se informa al espectador sobre qué contiene un ambiente, objeto y personaje.
<b>Los indicios</b>	Se trata de ambientes, personajes u objetos que, mediante la puesta en escena, indican algo al espectador, una situación o atmósfera particular. Los indicios, en varios casos, son implícitos y no inmediatamente identificables.
<b>Los temas</b>	Es el tema sobre el que gira todo el producto audiovisual y, sobre todo, es la idea central que ofrece un orden interno para que al final haya sentido.
<b>Los motivos</b>	La justificación de los temas que se abordan. Para sustentar los motivos existirán ambientes, personajes u objetos que se repitan a lo largo del film reforzando los argumentos.

*Nota:* elaboración propia en base a Casetti y Di Chio (1998).

De esta forma, un primer nivel de análisis a través de los contenidos de la imagen fílmica, muestra distintas categorías. Este tipo de análisis es necesario porque, incluso en esta primera disposición del material audiovisual, ya se identifican intencionalidades o intereses.

En este sentido es necesario, más que diferenciar las distintas unidades de contenido, ver cómo se organizan en un sistema coherente que recorre todo el film: es la estructura temática total (hecha de temas, pero también de motivos que la refuerzan,

o interactúan en ella de manera distinta, e incluso de indicios y de informadores, que definen las apariencias y los aspectos implícitos) que indica lo que está en el centro de la puesta en escena. (Casetti y Di Chio, 1998, p.129)

Como indican los autores, dentro de la puesta en escena, además de reconocer las categorías respecto a la generalidad y funcionalidad, es preciso reconocer los grados de *ejemplaridad* y *pregnancia*; eso ayuda a que el espectador entienda, desde su experiencia como sujeto que es parte activa de la cultura, que los ambientes, personajes u objetos que aparecen en el film remiten a significados propios de la cultura determinada. Es decir, que se utilizan figuras reconocibles para contar una historia. Un esquema de gran ayuda para analizar este punto son *Los arquetipos* que planteo C. Jung, o el *Arquetipo del Héroe* que planteó J. Campbell.

La *puesta en cuadro*, como se explicó brevemente (ver tabla nº10), tiene que ver con la forma de representar los elementos o la *modalidad de representación* (Casetti y Di Chio, 1998). Por esa razón, en este caso se debe hablar del cuadro más que de la escena: la escena está sujeta a la mirada del productor, mientras que el cuadro corresponde a la mirada del sujeto mediado por la cámara (o dispositivo).

La puesta en cuadro, entonces, “define el tipo de mirada que se lanza sobre ese mundo, la manera en que es captado por la cámara. De este modo, al contenido se superpone una modalidad” (Casetti y Di Chio, 1998, 133). Para tener una idea más clara sobre la puesta en cuadro, se rescatan las siguientes líneas:

[...] pertenecen a temas analíticos como la elección del punto de vista, la selección relativa a qué cosas hay que incluir en el interior de los bordes y qué hay que dejar fuera, la definición de los movimientos y de los recorridos de la cámara en el espacio,

la determinación de la duración de los encuadres. (Casetti y Di Chio, 1998, pp.133-134)

Obviamente, como también mencionan Casetti y Di Chio (1998), estos dos procesos se entrecruzan: “en el nivel de la puesta en escena ya aparecen algunos rasgos que son propios de la puesta en cuadro, y viceversa, la puesta en cuadro depende también de los elementos construidos con la puesta en escena” (p.132).

Al hablar de cuadro, se debe entender que los personajes u objetos que están en escena se enfocan unos más que otros: “Por lo general, los personajes principales gozan de mayor número de encuadres cercanos; los objetos clave se sitúan en el centro de la imagen, para llamar más inmediatamente la atención, etc.” (Casetti y Di Chio, 1998, p.132).

Así, dentro de la puesta en cuadro, se identifican las categorías de: *dependencia* e *independencia*. El carácter dependiente del cuadro respecto al contenido se da cuando los personajes y objetos están relacionados con la acción que sucede en el cuadro. Al contrario, el carácter independiente de un cuadro dentro del film se da cuando existe una aparente neutralidad en la presentación de los ambientes, personajes u objetos.

Asimismo, la modalidad de puesta en cuadro puede ser *estable* o *variable*. Lo estable hace referencia a cuando “la asunción y presentación de los contenidos se definen de una vez por todas y luego se mantiene constantemente [...]” (Casetti y Di Chio, 1998, p.134). En cambio, en lo variable serán “la variedad de tomas y la heterogeneidad de las soluciones las que constituyan el motivo dominante” (Ídem).

Finalmente, se encuentra el último nivel de representación, *la puesta en serie*. “Cada imagen posee otra que la precede o que la sigue: forma parte de una sucesión y, al mismo tiempo, por así decirlo, recibe y deja una herencia, recoge y devuelve testigos” (Casetti y Di Chio, 1998, p.135). De esta manera se hace alusión al proceso de montaje, que es la

organización de los elementos separados, a modo de encadenamiento, para construir un sentido global. “Estas formas de nexo definen, si se examinan atentamente, diferentes modalidades de disposición y de organización de los <<fragmentos del mundo>> que representan los encuadres por separado” (Ídem).

**Tabla 12.** *Tres niveles de representación.*

<b>Nivel</b>	<b>Determinación del...</b>	<b>Categorías</b>
<b>Puesta en escena</b>	Contenido	Generalidad: Informantes/Indicios/Tema/Motivos Ejemplaridad: Arquetipos/Claves/Figuras
<b>Puesta en cuadro</b>	Modalidad	Dependencia/Independencia Estabilidad/Variabilidad
<b>Puesta en serie</b>	Nexo	Nexo: Condensación/Articulación No nexo: fragmentación

*Nota:* tomado de Casetti y Di Chio (1998).

El estudio de los tres niveles de representación ayuda a entender el mundo creado a través de la imagen. “Es un mundo no genérico o indefinido, sino uno poblado como tal, un mundo presentado como tal, un mundo articulado como tal: en una palabra, un *mundo representado*” (Casetti y Di Chio, 1998, pp.137-138). Dentro de ese mundo, existe un tiempo al que es necesario prestar atención en los análisis sobre la representación. Como explican los autores mencionados, “como todos los mundos, también el de la pantalla está dotado de un espacio y de un tiempo, o mejor, de una dimensión espacio – temporal orgánica y unitaria, que define los caracteres y los coordina” (Ibid., p.138).

#### 2.2.3.2. El espacio

El espacio cinematográfico, dentro del audiovisual, hace referencia al espacio construido y presentado en la pantalla. Es lo que responde a la pregunta ¿dónde ocurre lo que se muestra en la pantalla? “El espacio audiovisual está representado en cada plano por los elementos que muestran, pero también por lo que sugiere e implica siempre un espacio mostrado y un espacio ausente” (Canet y Prósper, 2009, p.287). Además, se añade que “el espacio audiovisual está compuesto por todos los elementos corpóreos y por todo el ambiente circundante” (Ídem).

Según García Jiménez (citado en Canet y Prósper, 2009), en el audiovisual hay tres formas de construir y entender el espacio:

1. Lo representa gracias al registro de la imagen visual.
2. Lo hace sensible mediante los movimientos de cámara.
3. Lo construye mediante tres características de su discurso: fragmentación, yuxtaposición y sucesión. Estas propiedades pasan inadvertidas al espectador, que se forma la impresión de un espacio unitario. (p.288)

Según Casetti y Di Chio (1991), en el espacio filmico se organizan tres formas de oposición: *In/off*, *estático/dinámico* y *orgánico/desorgánico*.

**Tabla 13.** *Espacios filmicos de Casetti y Di Chio.*

In/Off	Estático / Dinámico	Orgánico / Desorgánico
--------	---------------------	------------------------

*Nota:* tomado de Casetti y Di Chio (1998).

El antagonismo *In/Off* hace referencia a la oposición entre todo lo que está dentro de campo y lo que está fuera. Para entender mejor, hay que recurrir a la explicación de Fernández Diez y Martínez Abadía (2016):

[...] lo que se ve en el espacio encuadrado se dice que está en *campo*, porque queda dentro del campo de visión de la cámara, mientras que a lo que queda fuera se le ha llamado genéricamente *fuera de campo* o *espacio en off*. (p.39)

Aquello que está en el interior ha sido colocado por el productor para causar alguna sensación; mientras que lo que queda fuera de la pantalla es una invitación a la imaginación del espectador: “es aquello que el espectador cree que hay afuera del encuadre basándose en la información de lo que ve dentro del cuadrado” (Ídem).

Dentro de esta categoría, según Casetti y Di Chio (1998), se pueden estudiar las características de *colocación* y *determinabilidad*.

La colocación llama a la reflexión sobre aquello que queda fuera de campo. Pensar sobre el afuera del cuadro filmico puede hacerse en diversas direcciones (arriba, abajo, derecha e izquierda), es decir, supone la existencia de sus propias leyes. “Podemos decir que con un campo (*in*) está necesariamente relacionados seis segmentos del fueracampo (*off*), cada uno de ellos con una posición concreta” (Casetti y Di Chio, 1991, p.140). Hay que tener en cuenta que el espacio no filmado “aunque invisible, no es neutro y sin significado puesto que el espacio *off* puede ser silenciado a consciencia (por censura), o puede ser precisamente puesto de relieve por omisión” (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016, p.39).

La determinabilidad, en cambio, estudia el espacio *off*, es decir, el espacio que no se percibe, pero sin embargo se evoca. Los autores lo denominan *espacio imaginable*: “espacio que, a pesar de estar más allá de los confines de lo visible, es evocado o recuperado, en su

propia ausencia, por cualquier elemento de la representación [...]” (Casetti y Di Chio, 1991, p.140). El *espacio definido*, en cambio, es “aquel espacio que, invisible por el momento, ya ha sido mostrado antes o está a punto de ser mostrado” (Ídem). En los productos audiovisuales narrativos no se puede registrar todo tal como ocurre en la vida, hay que seleccionar, y eso implica que siempre algo quede afuera. Es importante precisar que el fuera de campo también posee un papel determinante, porque ahí suceden acciones que luego se conectan con lo que ocurre en la pantalla.

La posibilidad de sugerir un espacio fuera de campo permite jugar con la sinécdoque, al presentar una parte una parte del todo, como ocurre con los personajes encuadrados en planos medios o cercanos, y la metonimia, al presentar un motivo que lleva asociado otro por contigüidad. (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016, p.40)

Si bien la taxonomía principal que se sigue en la presente investigación son las ideas de los autores italianos mencionados, existen otras propuestas para analizar el fuera de campo. Según Noël Burch (citado en Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016) el análisis del fuera de campo debería implicar un repaso por:

1. “Los cuatro segmentos espaciales delimitados por los bordes del encuadre.
2. El espacio situado detrás de la cámara,
3. Espacio detrás del decorado.” (p. 39)

Casetti y Di Chio (1998) expresan que en la *dimensión fueracampo* está implicado el sonido, que “huye de los límites de la imagen, y en su doble función: la apertura al espacio invisible y la posterior determinación del espacio en escena” (p.143).

Otra categoría que se debe considerar en el análisis del espacio son las condiciones de *estático* o *movimiento*. Se refiere a todo tipo de movimiento que existe en el film; se pueden identificar los “[...] movimientos de objetos, movimiento de cámara y movimiento de los bordes: para pasar de un espacio inmóvil y cerrado a un espacio abierto y recorrible” (Casetti y Di Chio, 1991, p.143). La naturaleza estructuralista del film recae justamente en la oposición de lo estático versus lo dinámico. Los autores describen cuatro situaciones para estudiar la oposición de la estático y dinámico dentro de producto audiovisual: *espacio estático fijo*, *espacio estático móvil*, *espacio dinámico descriptivo* y *espacio dinámico expresivo*.

**Tabla 14.** *Situaciones en espacio y movimiento dentro del análisis de la representación.*

<b>Espacio estático fijo</b>	Son las imágenes que no poseen ningún tipo de movimiento. Existe un bloqueo de la imagen, es decir, está fija y no hay movimiento. Así, una imagen filmica se acerca mucho a una fotografía.
<b>Espacio estático móvil</b>	El encuadre de la cámara se encuentra estático, pero los elementos que están en su interior cobran movilidad.
<b>Espacio dinámico descriptivo</b>	El movimiento de la cámara sigue el movimiento del elemento del cuadro filmico. Se utiliza este recurso para reforzar algún sentido del elemento que se mueve. Se puede hablar del <i>reencuadramiento</i> , es decir, el movimiento que provoca pasar de un cuadro a otro cuando existe acción de los personajes.
<b>Espacio dinámico expresivo</b>	El movimiento de cámara busca expresar o mostrar algo. La cámara toma la figura de narrador y por ello realiza movimientos lentos para que el espectador se fije en los indicios, detalles o claves para entender el sentido del film.

*Nota:* elaboración propia con base a las ideas Casetti y Di Chio (1998).

Otro eje de organización del espacio son las categorías de *organicidad* e *inorgánicidad*, que refieren a los niveles de fragmentación y unidad del film o del contenido audiovisual. Si existe unidad, se entiende que hay organicidad, es decir, hay conexiones fuertes entre los elementos que componen el audiovisual y éstas permiten un proceso continuo sin alteraciones importantes. Si hay fragmentación, en cambio, la organización es inorgánica (Casetti y Di Chio, 1991). Esto puede ser producto de una inadecuada planificación del film, o puede ser premeditado persiguiendo algún propósito. Algunas tipologías de video musical utilizan mucho el recurso de la fragmentación con el objetivo de que el espectador vuelva a mirar el video.

A modo de resumen sobre el espacio fílmico, se presenta la siguiente tabla:

**Tabla 15.** *Ejes de organización y categorías de análisis del espacio cinematográfico.*

<b>Ejes de la organización</b>	<b>Categorías analíticas</b>
<b>In/Off</b>	– In
	– Off no percibido
	– Off imaginado
	– Off definido
<b>Estático/Dinámico</b>	– Estático fijo
	– Estático móvil
	– Dinámico descriptivo
	– Dinámico expresivo
<b>Orgánico/Inorgánico</b>	– Plano/Profundo
	– Unitario/Fragmentado
	– Centrado/Excéntrico
	– Cerrado/Abierto

*Nota:* tomado de Casetti y Di Chio (1998)

### 2.2.3.3. Tiempo

Ahora es el momento de abordar el tema del *tiempo filmico*. Los autores principales que se vienen siguiendo recomiendan analizarlo a partir de las siguientes categorías:

- a) Colocación y devenir
- b) El orden
- c) La duración
- d) La frecuencia. (Casetti y Di Chio, 1998)

Dentro del tiempo cinematográfico se habla de colocación cuando se aborda aquello que podría traducirse, en palabras sencillas, como: “se desarrolla en...” (Casetti y Di Chio, 1998). En cambio, el tiempo–devenir se refiere al “flujo constante, irreductible a los instantes que lo constituyen” (Ibíd., p.151). Es decir, la colocación en el tiempo de los personajes o situaciones (documentales) supondrá un movimiento hacia adelante, que puede ser en tiempos próximos al tiempo de colocación o totalmente distantes (pasado o futuro). El tiempo devenir, desde una visión más narrativa, se podría definir como tiempo dramático:

El **tiempo dramático total** es la suma de todos los **tiempos parciales**, y aunque una película tenga duración de dos horas de tiempo real, cuando la vemos, vivimos otro tiempo que, evidentemente, no es real, sino mágico, de ficción, que nos hace condensar en sólo dos horas toda una tarde, una vida entera o hasta dos siglos. (Doc, 2009, p.207)

Por otro lado, la categoría de *orden* dentro del tiempo filmico hace alusión a la forma de organización del tiempo dentro del contenido audiovisual. Casetti y Di Chio (1998)

identifican cuatro formas de ordenar el tiempo: *tiempo circular*, *tiempo cíclico*, *tiempo lineal* y *tiempo anacrónico*.

**Tabla 16.** *Las formas de organización del tiempo.*

<b>Tiempo circular</b>	El inicio y el fin ocurren en el mismo tiempo.
<b>Tiempo cíclico</b>	El inicio y el fin tienen analogías (situaciones que se parecen pero que no se ubican en el mismo tiempo).
<b>Tiempo lineal</b>	El inicio y el fin ocurren en tiempos distintos. Vectorial: cuando hay una secuencia lineal hacia adelante o atrás. No vectorial: hay un orden no homogéneo, se insertan elementos que pueden ir hacia adelante o atrás.
<b>Tiempo anacrónico</b>	La estructura del film no tiene un orden, no se evidencian relaciones cronológicas. Pueden existir “desórdenes” planificados, pero el trabajo con este tipo de tiempo trae consigo el problema de perder la referencia total de la obra.

*Nota:* elaboración propia con base a las ideas de Casetti y Di Chio (1998).

La categoría de *duración*, por su parte, hace referencia a la duración del tiempo representado en el film. Es decir, es la presentación de los cuadros filmicos para que el espectador reciba la información; puede darse de forma breve o, al contrario, puede ser un cuadro largo. La duración de los cuadros puede provocar sensaciones de falta de información o, en cambio, una saturación que provoca aburrimiento (Casetti y Di Chio, 1991).

Los autores (Casetti y Di Chio, 1991) mencionan también que hay que tener en cuenta una duración de tiempo *normal* y *anormal*. El tiempo *normal* se presenta cuando la duración de una escena coincide con la acción o, mejor dicho, sucede en tiempo real, como ocurre en la cotidianidad. El tiempo *anormal* “se da cuando la amplitud temporal de la representación del acontecimiento no coincide con la del propio acontecimiento” (Ibid., p.158).

Dentro del cine, se han desarrollado las siguientes formas de representar el tiempo: el *plano secuencia* y la *escena*. El plano secuencia es un plano sin cortes que acompaña una acción; se acerca mucho al tiempo real que está fuera del cine. La escena es un conjunto de planos que tiene secuencia temporal y, al ser montados, adquieren un sentido dentro de la gran estructura filmica. No se remite al tiempo real, sino que, a través del montaje, se representa un tiempo específico (en el film pueden ser años y en tiempo real son segundos) (Casetti y Di Chio, 1991). A través del montaje “se opera primero una descomposición y luego una recomposición del tiempo, manipulando sus nexos internos con el fin de lograr una presentación lo más realista posible” (Ibid., p.157).

Dentro del tiempo anormal, se identifican dos categorías: *la contracción* (recapitulación o elipsis) y la *dilatación* (la extensión o la pausa).

**Tabla 17.** *Representación temporal anormal.*

<b>La contracción</b>	
<b>Recapitulación</b>	<p><b>Ordinaria:</b> elipsis de mínima incidencia.  <b>Marcada:</b> abreviación temporal destacada que condensa situaciones (verdadera recapitulación).</p>
<p><b>Elipsis:</b> pasa de un tiempo a otro sin importar lo que existe entre esos dos momentos. Es discontinua, provoca inquietudes y misterio, niega saberes ciertos.</p>	
<b>Dilatación</b>	
<p><b>La extensión:</b> el tiempo filmico es mayor al tiempo real.</p>	
<p><b>La pausa:</b> recursos para detener el tiempo. Se fija en una imagen o en fondos oscuros.</p>	

*Nota:* elaboración propia con base a las ideas de Casetti y Di Chio (1998).

Es momento, entonces, de hablar de la *frecuencia* dentro de la temporalidad cinematográfica. Los autores (Casetti y Di Chio, 1998) mencionan que una situación puede repetirse varias veces, podría ser una misma escena o escenas que tengan cierta similitud. Por esa razón, se identifican cuatro tipos de frecuencias: *simple*, *múltiple*, *repetitiva* e *iterativa* o *frecuentativa*.

Las frecuencias simples y múltiples son características de los films, la simple se da cuando un acontecimiento se presenta una sola vez y la múltiple, en cambio, hace alusión a muchas situaciones que se presentan con mucha frecuencia.

La frecuencia repetitiva refiere a regresar, en muchas ocasiones, sobre las mismas situaciones. Son recursos que buscan recabar detalles de lo sucedido mediante diferentes puntos de vista, provocando, así, que una situación adquiriera una temporalidad más larga.

Por último, la frecuencia iterativa o frecuentativa se trata de representar una acción que se repite o es frecuente, utilizando diferentes recursos. Se aclara, sin embargo, que es difícil y complejo encontrar este tipo de recursos en el cine (Casetti y Di Chio, 1998).

La siguiente tabla busca sintetizar los temas y las categorías que se han explicado hasta el momento respecto al tiempo cinematográfico:

**Tabla 18.** *Síntesis de las diversas categorías de análisis sobre el tiempo.*

<b>Tiempo de colocación</b>	<b>Tiempo como devenir</b>
<<Se desarrolla en...>>	<<Se desarrolla por...>>
– Época	– Orden
– Año	– Duración
– Periodo	– Frecuencia
.....	
<b>Tiempos como devenir</b>	
<b>Ejes de organización</b>	<b>Categorías analíticas</b>
	– Circular
	– Cíclico
Orden	– Lineal
	– Acrónico

---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Natural absoluta</li> <li>- Natural relativa</li> </ul>
Duración (aparente)	
Normal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resumen</li> <li>- Elipsis</li> </ul>
Anormal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Extensión</li> <li>- Pausa</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Simple</li> <li>- Múltiple</li> <li>- Repetitiva</li> </ul>
Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iterativa/frecuentativa</li> </ul>

---

*Nota:* tomado de Casetti y Di Chio (1998)

#### 2.2.3.4. Regímenes de representación

En este apartado se abordará el tema de los regímenes de representación. Casetti y Di Chio (1998) plantean tres regímenes de representación: *analogía absoluta*, *analogía construida* y *analogía negada*.

La analogía absoluta se refiere a una forma de representación que busca mostrar la realidad de manera fidedigna. Dentro de esta categoría se podrían ubicar los documentales audiovisuales.

La analogía negada es aquella que se aleja de la realidad; allí las imágenes no son de carácter descriptivo sino interpretativo, es decir, se tratan imágenes con fuerte carga connotativa. El videoarte forma parte de esta categoría.

La analogía construida es la representación de la realidad a través de una reconstrucción de la misma, con el fin de darle mayor pregnancia, peso o enfoque. La construcción de escenografías para representar situaciones del pasado y futuro entraría en esta categoría.

#### 2.2.4. El montaje cinematográfico

Uno de los elementos que no se suelen tomar en cuenta en toda su magnitud en los estudios del video musical es el proceso de montaje. A través del orden y encadenamiento que ocurre con el montaje, se pueden generar significados específicos en una pieza audiovisual. “El montaje es el principal elemento en el que intervienen una diversidad de factores que, según su función específica dentro del relato, le otorgan forma y coherencia al espacio diegético que se le propone al espectador” (Gentile, Díaz y Ferrari, 2011, p.287).

Si bien el montaje físico de las tomas se realiza necesariamente en la fase final de la creación, el montaje como operación intelectual de selección y combinación de imágenes y sonidos destinados a la construcción del significante, suele planificarse previamente convirtiéndose en guía de las diferentes fases de realización del programa audiovisual para confluir con el objetivo comunicativo final. Por ello, las tomas se realizarán de forma que puedan ser editadas según lo planificado. (Fernández y Martínez, 2016, p.173)

Otros criterios indican que el proceso de montaje implica un “tratamiento irreal del tiempo – espacio y con su proceso selectivo de los factores narrativos es, de por sí, una deformación intencionada de la realidad que podrá merecer el calificativo de estilización-artística si su tratamiento es de categoría creativa” (Sánchez, 2011, p.34). Asimismo, el montaje adquiere sentido cuando:

[...] los diferentes fragmentos aislados adquieren unidad a través del montaje y el espectador les concede una uniformidad que no tienen por sí mismos, dado que se tiende a percibir el espacio y el tiempo, y por lo tanto los acontecimientos, como una totalidad. (Canet y Prósper, 2009, p.331)

En el montaje, los diferentes elementos “además de unirse para crear un discurso coherente, se conjugan en función del ritmo general que tendrá la película” (Gentile, Díaz y Ferrari, 2011, p.288). Por esa razón, “las técnicas de montaje, la combinatoria y el estudio de las posibilidades constituyen uno de los elementos de primordial conocimiento para los creadores de programas audiovisuales” (Fernández y Martínez, 2016, p.173). Para ampliar este criterio se podría considerar que:

La historia del montaje se encuentra unida a la evolución del lenguaje audiovisual. El montaje supone la articulación de los fragmentos espaciales filmados, es decir los planos, según un orden y criterio que ha ido cambiando según los estilos, tendencias y desarrollo comprensivo de los espectadores a lo largo del tiempo de existencia de los medios audiovisuales. (Fernández Díez y Martínez Abadía, 2016, p.173)

Los elementos principales que se deben tener en cuenta al momento de pensar y editar las piezas audiovisuales son: “el encuadre, los cortes y transiciones, la sucesión de planos, los movimientos tanto de cámara como los propios movimientos del personaje u objetos dentro del encuadre, así también todo lo correspondiente a la banda sonora (voces, ruidos y música)” (Gentile, Díaz y Ferrari, 2011, pp.287-288). Todo esto provoca que haya una interpretación del mensaje o sentido de la pieza audiovisual. “El montaje es una consecuencia de este convencionalismo en la forma de percibir, lo que nos permite unir planos que adquieren un sentido y una coherencia entre sí” (Canet y Prósper, 2009, p.331).

Asimismo, el montaje produce sus propios códigos para que el espectador logre entender la explicación o narración de un material audiovisual. Uno de esos códigos es la elipsis. “Existen infinitas formas de componer el montaje de una película, logrando, mediante la utilización de símbolos y metáforas, crear la propia diégesis y estructura del relato” (Gentile, Díaz y Ferrari, 2011, p.289).

Otro recurso que favorece el montaje es la sensación de continuidad, lo que da ritmo a la superposición de diferentes imágenes que pasan por los ojos del público. “Por medio de la continuidad se logra asociar dos tomas seguidas como si se tratara de espacios consecutivos a pesar de que cada uno haya sido filmado en diferentes momentos y lugares [...]” (Gentile, Díaz y Ferrari, 2011, p.290).

De esta forma, se entiende que dentro del cine existen diversos tipos de montaje, que a continuación se detallan. Con esta revisión se busca comprender la importancia del montaje y observar si alguna de estas tipologías de montaje se identifica en la posproducción del video musical.

A través de la historia se han desarrollado diversas tipologías o clasificaciones sobre el montaje. Una de las primeras clasificaciones la daría Pudovkin (citado en Fernández Díez y Martínez Abadía, 2016): *montaje por contraste, montaje por paralelismo, montaje por similitud, montaje por sincronismo y montaje por tema recurrente o leitmotiv.*

Según Einsenstein (citado en Fernández Díez y Martínez Abadía, 2016, p. 178) las tipologías de montaje son:

- *Montaje métrico*: basado en la longitud de los fragmentos, según una fórmula equivalente a los compases musicales.
- *Montaje rítmico*: establecido tanto en la función de la longitud de los planos de la composición del encuadre.
- *Montaje tonal*: se trata de un grado superior del montaje rítmico, en el que intervienen, además, componentes tales como movimiento, el sonido emocional o el tono de cada plano.
- *Montaje armónico*: entendido como un grado evolutivo del montaje tonal.
- *Montaje intelectual*: se trata de un montaje de sonidos y armonías de una forma intelectual.

El montaje también puede ocurrir según la narrativa del film o el producto audiovisual. Fernández Díez y Martínez Abadía (2016), fundamentados en las ideas de Romaguera, Riambau y Llorente-Costa, exponen la siguiente clasificación:

- *Casuales*: cuando un plano es la causa – lógica o simbólica – del siguiente.
- *Adversativas*: cuando un plano se opone conceptualmente al anterior.
- *De yuxtaposición*: si no se establece un nexo inmediato pero existe la posibilidad de hacerlo *ex - novo*.
- *Simultáneas*: si el vínculo se produce por un factor de temporalidad.
- *Consecutivas*: cuando no existe ningún nexo causal ni narrativo. (p.178)

Roman Gubern (citado en Fernández Díez y Martínez Abadía, 2016, p. 179), por otra parte, presenta nueve tipologías de montaje:

- 1) Tiempo consecutivo
- 2) Tiempo posterior tras un lapso emitido (elipsis)
- 3) Tiempo simultáneo (fundamentado de las acciones paralelas)
- 4) Flash-back (evocación al pasado)
- 5) Flash-foward (anticipación al futuro)
- 6) Tiempo indeterminado
- 7) Movimiento acelerado
- 8) Movimiento retardado (ralentí)
- 9) Inversión de movimiento (retroceso del tiempo)

## 2.3. CULTURA, IDENTIDAD Y MÚSICA INDÍGENA ANDINA

### 2.3.1. Introducción

En este capítulo se expondrán las relaciones que existen entre la cultura, la música y los sonidos, observando cómo estos elementos pueden ayudar a la configuración de identidades en una era donde la inmediatez y las relaciones interculturales se vuelven mucho más complejas y dinámicas.

En un primer momento, se abordará la conceptualización de la música y el sonido como elementos constructores de discursos y prácticas de identidad cultural. En un segundo punto, se definirá el concepto de cultura relacionado al ámbito de las expresiones artísticas. Finalmente, se focalizará en la música ecuatoriana, planteando los diferentes debates en torno a ella, sus variados estilos y sus funciones.

### **2.3.2. La cultura como concepto liberador y homogeneizador**

La noción de cultura es una de las más estudiadas dentro las ciencias sociales, por eso resulta complicado establecer una definición que abarque todas las cuestiones que se analizan respecto a ella. El recorrido que aquí se propone es ir desde lo general hacia lo particular, es decir, definir cultura a grandes rasgos, y luego hacer referencia exclusivamente al ámbito de las expresiones musicales.

Una primera definición de cultura proviene de la Real Academia Española (RAE). En el *Diccionario de la lengua española* se hace mención a cuatro acepciones de la palabra:

- Cultivo.
- Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.
- Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

- Culto religioso.

En los inicios, el término cultura “designaba sencillamente la tarea de cultivar la tierra, labrar los campos y atender los cultivos; indicaban tan sólo el trabajo humano sobre la naturaleza” (Zeccheto, 2010, p.35).

Según el *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*, la cultura es:

[...] a term of virtually limitless application, which initially may be understood to refer to everything that is produced by human beings as distinct from all that is a part of nature. However, it has often been observed that since nature is itself a human abstraction, it too has a history, which in turn means that it is part of culture. (2010, p.168)

Patricio Guerrero (2002), investigador ecuatoriano, entiende a la cultura como “una construcción que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y a diferenciarse del resto de seres de la naturaleza” (p.51). Zeccheto (2010), en la misma línea, apunta que “la aparición del ser humano en el planeta significó, precisamente, un trozo de naturaleza que se dio cuenta de sí misma, que adquirió autoconciencia de su diferencia” (p.39).

Edmund Taylor (citado en Warnier, 2001) define a la cultura como la “totalidad compleja que comprende los conocimientos, las creencias, el arte, las leyes, la moral, la costumbre y toda capacidad o hábito adquirido por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” (p.7).

Muy a tono con estas afirmaciones, se puede decir que:

Llamamos *cultura*, entonces, a todo lo que el ser *humano*, a lo largo de la historia, *ha creado y sigue creando*, desde los primitivos utensilios hasta la moderna tecnología de punta. Son cultura los mitos, las artes, las ciencias, las formas religiosas y también los modos de cocinar, de construir casas, las modas y vestimentas, la manera de divertirse y de hacer fiesta, de escribir, de investigar, de hacer el amor. (Zeccheto, 2010, p.39)

Volviendo a las ideas de Guerrero, el autor explica que “la cultura constituye un acto supremo de alteridad, que hace posible el encuentro dialogal de los seres humanos para ir estructurando un sentido colectivo de su ser y estar en el mundo y la vida” (Guerrero, 2002, p.51). En este sentido, no existe cultura si una persona está aislada. Esta definición de Guerrero describe a la cultura, en un primer momento, como un diálogo o conversación que ocurre entre los diferentes miembros de la sociedad; sin embargo, se debe mencionar que, en esta primera aproximación a la definición de cultura, no se observan aspectos conflictivos.

Guerrero (2002) continúa explicando que: “la cultura constituye una serie de patrones de normas integradas de conducta que hacen posible dar a esa agrupación un distinto sentido para su existencia en la sociedad y para asegurar la continuidad de la misma” (p.52). Así, se observa un rasgo funcionalista y conservador de la cultura, pues condiciona la permanencia del ser humano en ciertos tipos de discursos y conductas.

Además, la cultura es una conducta compartida (Guerrero, 2002), es decir, hay un proceso de aprendizaje previo que, a futuro, posibilita ser miembro pleno de la sociedad. En ese contexto, al sujeto se le exige “[...] repetir lo aprendido o crear modos nuevos de hacer frente a las necesidades que emergen día tras día, de amoldarse a formas naturales o culturales ya existentes” (Zeccheto, 2010, p.39). El autor añade que “la naturaleza no aprende, solo repite. La cultura lleva implícito en su seno algún tipo de reflexión sobre la

naturaleza que le permite dominarla y controlarla. La naturaleza es hereditaria; la cultura exige apropiación” (Ídem).

La cultura, entonces, se encuentra en normas, conductas y productos. Así, “la mente humana crea modelos (esquemas) a manera de instrumentos para descifrar y resolver los problemas e interrogantes” (Zeccheto, 2010, p.40). Todo lo que crea, recrea o elabora el ser humano es producto de la interacción con los diversos miembros del lugar que habita.

Por otro lado, existen fundamentos provenientes del estructuralismo que interpretan la cultura como esquemas cognitivos. De esta forma:

Por lo que concierne a nuestra mejor comprensión de la cultura, retengamos lo esencial de este enfoque, que consiste en considerar las formas culturales como sistemas de modelos mediante los cuales hacemos frente a las resistencias del mundo y a los interrogantes de la existencia de cada día. (Zeccheto, 2010, p.40)

La materialización de la cultura se traduce en productos simbólicos que captan los cinco sentidos, “los símbolos son fuentes de información externa que los humanos utilizan para comprender y ordenar su entorno físico y social, pues no pueden operar sobre la base exclusiva de sus condicionamientos biológicos” (Guerrero, 2002, p.75). La cultura, entonces, es un conjunto de textos o productos simbólicos que han construido las sociedades humanas, posicionándose como seres superiores frente a otras especies del planeta.

Dichos textos (lingüísticos, audiovisuales, sonoros, gráficos, etc.) solo se entenderán dentro de un marco contextual que posibilite una interpretación adecuada. Así, conocer el texto y su contexto será la llave para ingresar a todo un universo de sentido (o universo cultural). Se entiende por universo de sentido:

[...] la matriz de todos los significados objetivados en la vida social, asumidos subjetivamente como realidades necesarias para la acción humana, de ahí que tenga un carácter nómico u ordenado, pues ayuda a ordenar la realidad y a volver a ella cuando nos hallamos en lado sombrío o marginal de la existencia. (Guerrero, 2002, p.77)

En este sentido, cabe reiterar que ningún texto o símbolo se debe interpretar sin tener en cuenta el universo simbólico al que pertenece. Los textos o símbolos nunca trabajan por separado, sino que son parte de una trama mucho más amplia y profunda.

Como se había indicado anteriormente, el concepto de cultura no está exento de discordancias y enfrentamientos. El primer punto polémico es, justamente, su conceptualización. Para un grupo, la cultura hace referencia a la adquisición de conocimientos; y para otros, al diálogo entre las diferencias. La primera acepción está más cerca de los grupos que detentan el poder institucional, es decir, aquellos que dictan los discursos y las acciones que son consideradas correctas. Desde esta lógica, la cultura es entendida “como cultivo del espíritu, al que habían podido llegar únicamente aquellas sociedades que estaban en un estadio de evolución superior y que habían alcanzado la cima de la civilización” (Guerrero, 2002, p.46). Como vemos, se trata de una concepción extremadamente eurocéntrica.

Este enfrentamiento de posturas obliga a reflexionar con detenimiento sobre la diferencia entre la cultura hegemónica y las subculturas:

De ahí que sea común el que se hable de la existencia de cultura hegemónica dominante que imponen la voluntad al otro y de la existencia de culturas dominadas

y marginales, que aceptan pasivamente tales imposiciones y carecen de recursos culturales propios para enfrentar tal dominación. (Guerrero, 2002, p.65)

Así, se evidencia que dentro de la cultura hay una serie de tensiones entre dos o más grupos para imponer sus discursos y prácticas culturales como las únicas válidas o autorizadas para direccionar los comportamientos. A esta tensión se la puede definir como la lucha entre la “alta cultura” versus la “cultura popular”, haciendo alusión a que dentro de la cultura siempre existen jerarquías. La noción de cultura popular en general lleva consigo una valoración peyorativa.

Según Guerrero:

La cultura popular no tiene, por lo tanto capacidad de producción propia, sino que solo se convierte en un producto de la cultura mayor de las élites dominantes, que representan la única y verdadera cultura que goza de legitimidad social. (Guerrero, 2002, p.67)

La cultura dominante, entonces, está relacionada a las manifestaciones que poseen los grupos de poder, las *élites* y las instituciones (privadas o estatales). Por otro lado, la cultura popular se relaciona con las actividades y expresiones del pueblo o las grandes mayorías (cultura de masas). Sin duda alguna, este tipo de dicotomía implica una serie de tensiones y prejuicios de clase, raza, xenofobia, etc.

Para describir lo popular, Guerrero (2002) rescata la definición de Michael de Certeau:

[...] la cultura popular es la cultura común y que es construida en la cotidianidad gracias a la inteligencia y capacidad creadora y práctica de la gente común, de ahí que la cultura popular sea una forma, “una manera de hacer con” y dentro de la producción dominante y en las condiciones sociales de dominación, dentro de los cuales encuentra sus referentes simbólicos de sentido, que son lo que dan un significado y una significación a sus praxis sociales. (p.68)

La visión de la cultura de *élite* sobre la cultura popular es un constante prejuicio; en ese sentido “la visión cognitiva de la cultura como folclore se sustenta en una visión cognitiva y objetivante de la cultura, que la convierte en objeto, en cosa a ser mirada y por ello termina exotizándola” (Guerrero, 2002, p.71). De esta manera, las personas que conforman determinados grupos sociales también se convierten en objetos para ser mirados, es decir, ocurre un proceso de cosificación, donde los sujetos son percibidos y mostrados como carentes de agencia política, de expresión o autodeterminación. Esto es lo que sucede con las culturas indígenas: existe un reconocimiento sobre la existencia de los diferentes pueblos indígenas en Latinoamérica, pero no se les otorga un estatus de seres con expresión y decisión propia; resulta más cómodo para las clases dominantes hacerlos parte de un museo o mantenerlos en territorios alejados.

Desde una visión de cultura más relacionada al ámbito de la política, se puede definir como un medio de:

[...] actuar sobre lo social o de manejarlo, lo cual se logra a través de la utilización de prácticas culturales orientadas a configurar y dirigir la conducta de las personas con el fin de remodelarla y de producir nuevas formas de individualidad. (Grossberg, 2012, p.208)

La sociedad siempre contará con este tipo de conflictos sociales internos, porque dentro de un grupo humano, aunque al inicio pueda parecer homogéneo, siempre hay aristas donde el pensamiento de unos no encaja con el de otros. Ese es el reto: convivir con lo diferente.

En la definición del concepto de cultura ligado a la política se evidencian categorías como control, poder, hegemonía de un grupo sobre otro. Por esa razón, desde este enfoque, el concepto de cultura tiene la función de cambiar discursos, prácticas, etc. (Grossberg, 2012). Dentro de esta investigación, se tendrán en cuenta ambas versiones de la cultura: la dominante (discursos y valores nacionales) y las subculturas (grupos indígenas o subalternos).

#### 2.3.2.1. Las identidades inestables e híbridas

En un contexto donde muchas cosas se parecen entre sí, los conceptos de identidad y diferencia cobran elevada importancia. El concepto de identidad está muy relacionado con la pertenencia a un lugar o a una idea y, sobre todo, la identidad está ligada a la historia y la cultura. Sin embargo, hay autores que consideran que la identidad no siempre se puede pensar en términos de relación obligatoria, es decir, mientras que la cultura surgió inconscientemente, la identidad es un conjunto de códigos de pertenencia a un sistema social que se adquieren de forma consciente (Cuche, 2002).

Con el proceso de globalización y la constitución de la “modernidad líquida” (Bauman, 2013), las identidades culturales se ven afectadas y se transforman. Incluso la identidad se puede mirar desde la perspectiva líquida, ya que las “identidades fuertes” entran en tensión y erosión.

Antaño, el poco contacto entre pueblos, ciudades o países permitía o hacía notar que los cambios no ocurrían de forma tan drástica, pero con la mundialización y apertura del mercado y la globalización de la tecnología (flujos de datos a mayor velocidad) con sus diferentes productos simbólicos, los cambios se tornan más evidentes (Thompson, 1998). Con ello, muchas categorías utilizadas para analizar la identidad cultural entran en cuestionamiento. Jesús Martín Barbero (2009) menciona que hablar de “identidad hoy implica también – si no queremos condenarla al limbo de una tradición desconectada de las mutaciones perceptivas del presente – hablar de redes, y de flujos, de migraciones, de instantaneidad y desanclaje” (p.178).

Así, el contacto con otras ideas, prácticas e imaginarios ha provocado que la identidad ya no sea solo una relación fundamentada en lo territorial. “Si alguna vez la diferencia cultural se asoció a la distancia física, hoy se ha hecho patente de la imposibilidad de esa presunción” (Grimson, 2011, p.136). Barbero (2009) menciona que “Antropólogos ingleses han expresado esa nueva identidad a través de la espléndida imagen de *moving roots*, raíces móviles, o mejor, raíces en movimiento” (p.178). Respecto a este tema, Stuart Hall (1996) afirma que:

[...] las identidades nunca se unifican, y en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. Están sujetas a una historización radical, y en constante proceso de cambio y transformación. (p.17)

Esta cita hace notar que las identidades siempre han estado en movimiento, pero antes se trataba de movimientos más lentos y los cambios generacionales eran más largos. Ahora

esas identidades son más dinámicas, a tono con el desarrollo de la sociedad. “Es decir que dentro de un grupo social del que todos sus miembros se sienten parte no necesariamente hay homogeneidad cultural” (Grimson, 2011, pp.138-139).

En ese contexto, la cultura entra en contacto con los diferentes estímulos de otra realidad, pero al mismo tiempo se convierte en guardiana de la tradición e intenta preservar las identidades. Toda esta lucha se hace a través de instituciones reales o imaginarias. En este proceso hay situaciones de acuerdos, adaptaciones y desacuerdos, muy propios de la identidad cultural. Gleizer (1997) sostiene que:

La cultura, específicamente a través de sus instituciones, cumple una función de descarga (reducción de la complejidad ante el exceso de estímulos) que ordena y estabiliza, y brinda, a través del tiempo, una previsibilidad y continuidad, una base para el entendimiento y una garantía de confianza mutua en un orden no cuestionable. (p.27)

Ese grado de complejidad que puede existir en el hecho de imponer ciertos códigos culturales, lo ejemplifica Hall (2010) cuando dice que: “la gente y los grupos y las tribus que fueron inscritos previamente en las identidades llamadas estados - nación comienzan a redescubrir identidades que se habían olvidado” (p.343). Tal vez por la necesidad de unificar y reducir aquella complejidad, se dictan ciertos criterios y prácticas. Los Estados, por ejemplo, siempre han creado programas a través de políticas públicas con el objetivo de normalizar ciertos principios y valores morales para todo un territorio. Pero como el control no está en todas partes, aparecen también las culturas que tienen ciertas distancias del poder y estos empiezan a analizar su existencia desde nuevas y propias ideas.

En la actualidad, las personas se sienten parte del mundo y de su aldea, ya que tienen un sentimiento de identidad de vecindario, pero son conscientes de que son ciudadanos del mundo (Hall, 2010). En ese sentido, ya no es fácil hablar de “culturas puras” o “tradicionales”, cuando sus sentidos han tocado, observado, escuchado, olido y degustado un sinnúmero de elementos que son producto y consecuencia de la interacción con otras identidades existentes en el mundo. “El nuevo imaginario relaciona la identidad mucho menos con las mismidades y esencias y mucho más con trayectorias y relatos” (Barbero, 2009, p.178).

A decir de Hall (2010) “la identidad está dentro del discurso, dentro de la representación. Es constituida en parte por la representación. La identidad es una narrativa del sí mismo, es la historia que nos contamos de nosotros mismos para saber quiénes somos” (p.345). La posibilidad de un espacio para el juego de la representación de los diferentes grupos humanos, ayudaría a consolidar la identidad grupal. Ser parte de algo, pero diferente de otros.

Otro flanco de análisis tiene que ver con que el proceso de construcción de la identidad es una afirmación y distanciamiento de un “otro” diferente. “Las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella” (Hall, 1996, p.18). Una mirada parecida tiene Cuche (2002), quien dice que “la identidad cultural aparece como una modalidad de categorización de la distinción nosotros/ellos, basada en la diferencia cultural” (p.106). De esta forma, la mirada del otro – diferente ayuda en la definición y construcción de la propia identidad.

Hall añade que la identidad cultural “solo puede constituirse a través de la relación con el Otro, la relación con lo que él no es, con lo que justamente le falta, con lo que se ha denominado su afuera << constitutivo>>” (Derrida, 1981; Laclau, 1990; Butler, 1993 citados

en Hall, 2010, p.18). Es decir que en el proceso de autodefinirse (identidad) hay también una diferenciación.

En palabras de Hall (2010):

Y no hay identidad sin la relación con el *Otro*. El Otro no está afuera, sino también dentro del uno mismo, de la identidad. Así, la identidad es un proceso, la identidad se fisura. La identidad no es un punto fijo, sino ambivalente. La identidad es también la relación del Otro hacia el uno mismo. (p.344)

Además, expresa que:

[...] las identidades son una clase de garantía de que el mundo no se deshace tan velozmente como a veces parece. Son una especie de punto fijo del pensamiento y del ser, un fundamento de la acción, un punto aún existente en el mundo. (Ibid., p.339)

Como explica Barbero (2009), lo que la “globalización pone en juego no es sólo una mayor circulación de productos sino una rearticulación profunda de las relaciones entre culturas y entre países, mediante una des-centralización que concentra el poder económico y una des-territorialización que hibrida las culturas” (p.178).

Cuando se habla de que la identidad se construye a partir de procesos de diferencia, se evidencia que la categoría que ayuda a entender esa relación (identidad y diferencia) es el concepto de *etnicidad*. Para Hall (2010), la etnicidad es un lugar de enunciación, es decir, una posición donde se puede ser sujeto de la propia representación y a la vez sujeto que representa a los *Otros*. Según sus palabras:

No hay manera, me parece a mí, en la cual las personas del mundo pueden actuar, hablar, crear desde los márgenes y hablar, o pueden comenzar a reflejar en su experiencia, a menos que vengan de algún lugar, de alguna historia, de heredar ciertas tradiciones culturales. (Hall, 2010, p.346)

Así, la etnicidad también se vuelve un concepto político, porque contar con un lugar de enunciación e interpretación significa tener un discurso, una visión del mundo. Un bosque en el Amazonas ecuatoriano, por ejemplo, será para algunos un lugar para vivir en la tranquilidad de la naturaleza; en cambio, para un empresario occidental, será un lugar donde observe un negocio rentable. He ahí las diferencias culturales.

Siguiendo con Hall (2010):

Esas son las nuevas identidades, las voces nuevas. No están encerradas en el pasado ni son capaces de olvidarse del pasado. No son del todo lo mismo, ni enteramente diferentes. Identidad y diferencia. Es un arreglo nuevo entre la identidad y diferencia. (p.348)

En este punto se podría citar a Facundo Cabral, quien dijo “no soy de aquí ni soy de allá”, retratando, en algún punto, el problema complejo de la identidad en la actualidad. Para Gleizer (1997) “una primera fuente de tensión se encuentra en la búsqueda de un equilibrio entre alcanzar un tipo de seguridad ontológica e incrementar las experiencias de vida” (p.39). Desde la posición de Cucho (2002), la identidad cultural debe equilibrar las posiciones objetivistas (la identidad como algo rígido y fijo, “natural”) y subjetivistas (una perspectiva más dinámica, pero que construye identidades con rasgos más efímeros).

### 2.3.2.2. Cultura Popular y Música

En párrafos anteriores se abordó el concepto de cultura y toda la complejidad que conlleva definirla. Ahora, a la palabra cultura se le añade el adjetivo “popular”. Como se verá, cuando se utiliza el concepto que combina ambas palabras, surge una mirada muy particular de los textos que esa cultura produce. Por esa razón, es necesario y obligatorio partir del entendimiento sobre lo popular y, posteriormente, relacionarlo a la cultura y a las artes como la música.

Hay que advertir que la definición de cultura popular no es un debate cerrado y tampoco se vislumbran acuerdos concretos. En ese contexto, se pueden observar dos corrientes contrapuestas: una minimalista y otra maximalista. La perspectiva minimalista expresa que la cultura popular está supeditada a una cultura mayor (o cultura dominante); mientras que la visión maximalista sostiene que la cultura popular es un conjunto de discursos y prácticas originales e independientes que están en igualdad de condiciones que la cultura dominante (Zapata, 2016).

La visión de cultura popular minimalista es la más extendida en lo que a reflexiones se refiere. Para Cucho (citado en Zapata, 2016), las culturas populares surgen siempre en condiciones de sujeción a una cultura dominante, estando o no en resistencia. En este sentido, el autor menciona que dichas culturas no son totalmente autónomas, pero tampoco son pura imitación ni originalidad, son ensambles de elementos originales y foráneos, son la suma de préstamos e invenciones.

Otras reflexiones realizadas en este sentido pertenecen a John Storey (2002), quien considera que la cultura popular está atravesada por la idea de *ideología*. Las explicaciones sobre este último concepto tendrán varias perspectivas de análisis; una de ellas es considerar

a la ideología como una articulación de ideas que posee un grupo de personas. Una segunda explicación dice que la noción se utiliza “para indicar cómo algunos textos y prácticas culturales presentan imágenes distorsionadas de la realidad” (Storey, 2002, p.15). La tercera idea hace referencia a las formas ideológicas, es decir, la creación de textos (cine, televisión, novela, teatro, etc.), que siempre representa una forma de mirar el mundo (todo texto es político). En cuarto lugar, se encuentra una explicación desde las ideas de Louis Althusser, según la cual la ideología es la práctica cotidiana que se materializa, por ejemplo, en los rituales y los comportamientos que regulan las relaciones sociales. Finalmente, hay una quinta definición, donde el autor se fundamenta en las ideas de Barthes, para sostener que la ideología “opera a través de las connotaciones y de los segundos mensajes que se transmiten de forma consciente” (Storey, 2002, p.18). En esta línea se debe entender que la ideología “es el terreno en que tiene lugar una lucha hegemónica para restringir las connotaciones fijas, connotaciones específicas, producir nuevas connotaciones” (Ídem).

Como se evidencia, la categoría *ideología* sirve de sustento para dar paso a las siguientes definiciones que plantea el autor, con el objetivo de demostrar el abanico de posibilidades de interpretación y lectura que proporciona el término de cultura popular. Así, Storey (2002) plantea siete posibles miradas para entender la cultura popular:

- 1) Cultura popular hace referencia a un producto que gusta a mucha gente. Noción ligada al ámbito cuantitativo (por ejemplo, volúmenes de venta de discos o libros).
- 2) Cultura popular en contraposición a la alta cultura. Carácter peyorativo de la cultura popular, como producciones que no cumplen con el estándar para ser consideradas “de alta cultura”.

- 3) La cultura popular se produce en masa para ser consumida en masa. Dentro de esta conceptualización, existe una visión crítica sobre el carácter manipulador de la cultura de masas, donde se considera al sujeto consumidor como carente de sentido crítico.
- 4) La cultura popular como producciones de la gente para la gente. Descripción muy relacionada al carácter folclórico. En general conlleva ideas de resistencia respecto al modelo político y económico que impera.
- 5) La cultura popular, desde las ideas de A. Gramsci, como lugar de disputa, intercambio y negociación entre grupos dominantes y dominados para lograr “un equilibrio de consenso”. En esta dinámica, las fuerzas dominantes (hegemónicas) tratan de legitimar sus ideas y prácticas morales, por lo que buscan consentimiento o apoyo. Desde el otro lado, los grupos subordinados resisten.
- 6) La cultura popular enmarcada en una visión posmoderna, donde se rompe la diferencia entre alta cultura y la cultura popular. Para algunos, esto genera entusiasmo por la eliminación de las diferencias; para otros, significa el triunfo del mercado sobre la cultura.
- 7) La cultura popular como prácticas que nacen a raíz de la industrialización y la urbanización.

De los puntos expuestos, esta investigación entenderá a la cultura popular como contraposición a la alta cultura, resistencia de grupos subordinados, intercambio y

negociación. De la misma forma se entenderá la relación entre lo local y lo global. En ese marco, la música popular se analizará como una de las manifestaciones de la cultura popular, asumiendo plenamente algunos de los discursos que se han planteado.

### 2.3.2.3. El ritual y el cuerpo en las ceremonias y festividades andinas

*Abya Yala* era la denominación del territorio inca que ahora comparten Ecuador, Perú y Bolivia (Chile y Colombia en menor proporción). En ese espacio geográfico recorrido por la cordillera de los Andes conviven, hasta hoy, diversos pueblos y nacionalidades indígenas. Sin embargo, con la llegada de los conquistadores españoles y la posterior colonización, los pueblos indígenas corrieron con diversas suertes: unos desaparecieron, otros escaparon y se aislaron, algunos pueblos se han adaptado.

El exterminio no fue total porque, a través de diversas estrategias, los lugareños pudieron combinar la cosmovisión española y la andina, lo que produjo un sincretismo que ha evolucionado a lo largo de la historia y se ha perennizado en diversas manifestaciones sociales y artísticas.

Respecto a los pueblos originarios, existe una serie de estudios que explican con mayor profundidad su estructura social, económica y de poder. Para los intereses que conlleva este trabajo, solo se hará referencia a aquellos aspectos relacionados al ámbito festivo o ceremonial de la cultura de los indígenas del Ecuador, donde esté implicada la música.

Al igual que otras culturas, el pueblo indígena materializa la mitología en ritualidades que implican la utilización de su cuerpo. Es decir, la música no es solamente un disfrute auditivo o sonoro por parte del indígena, sino algo que se vive en el cuerpo, se danza. Como mencionan Gilbert y Pearson (2003), la música es el discurso que más está relacionado al

goce físico del cuerpo. En ese sentido, la música es mental, pero también corporal. Sin embargo, como bien nos cuenta Ruth Finnegan (2003), “musicólogos académicos han privilegiado características cognitivas y no corporales, desplazando el centro de atención hacia la composición [...], apenas se han tomado en consideración las experiencias emocionales y corporales de las audiencias” (s/p.).

Tal vez la composición musical en el mundo andino sea relativamente sencilla (sanjuanistos y fandangos); pero las vivencias en la corporalidad de los participantes muestran los verdaderos goces y traslados hacia universos donde encuentran el éxtasis. El investigador sueco Ola Stockfelt (citado en Finnegan, 2003) expresa que “el oyente, y sólo el oyente, es compositor de la música” (s/p.). El oyente, con su cuerpo, vive una experiencia musical que solo él siente y entiende; así, para alguien que no pertenezca a aquella cultura los movimientos, los saltos, los ritmos, etc., podrían no tener ningún significado.

Por esa razón, uno de los caminos que se desea transitar en este trabajo académico es focalizar en la experiencia de la música que viven las culturas indígenas. Para ir en esa dirección y “entender cabalmente cómo participa la gente en la música en el mundo real, necesitamos considerar, sin prejuizarlas valorativamente, todas esas distintas experiencias y cómo se enfatizan” (Finnegan, 2003, s/p.). Este planteamiento se aleja del análisis de la obra musical y se centra en el significado que la gente otorga a los sonidos en los diferentes espacios y momentos.

Como explica la misma investigadora, hay consideraciones prejuiciosas sobre un estilo musical por considerarlas de menor valía: “Así “otras” músicas como el *jazz*, el *rock* o las percusiones africanas fueron descalificadas como músicas “físicas”, no intelectuales e inferiores; un flujo “descerebrado” de emociones sin control, no música en sentido estricto” (Finnegan, 2003, s/p.). En ese mismo marco de reflexión se podrían encasillar los criterios que rondan respecto a la música autóctona, andina o folclórica. El deseo en esta investigación

es identificar el goce de la música en los cuerpos que aparecen representados en los videos musicales.

Si bien en este trabajo no se realizará una observación directa ni se participará en eventos ceremoniales y artísticos para comprender las nociones antes explicadas; sí se quiere hacer referencia a estas situaciones para analizar si algo de todo aquello aparece en los relatos audiovisuales que serán motivo de análisis.

#### 2.3.2.4. La fiesta en la cultura andina

La cultura andina indígena tiene diversas festividades, pero una de las más importantes es el solsticio de verano (21 o 22 de junio) o, como lo nombran los pueblos originarios, el *Inti Raymi*. Se trata de una celebración en la que las personas que se autodefinen como indígenas o runas bailan en comunidad como agradecimiento a la cosecha del maíz y otros granos que provee la *Pachamama* (Madre Tierra) y el *Taita Inti* (Padre Sol). Se agradece, además, por la vida, los alimentos, el encuentro y la comunidad.

Es una fiesta en la que participan todos los integrantes de esa comunidad: hombres, niños y ancianos<sup>8</sup>. “La fiesta de San Juan y la de San Pedro son en realidad una unidad ya que en el curso de la semana que media entre ambas, las cosechas deben llegar a su fin” (Pereira, 2009, p.70).

---

<sup>8</sup> La mujer no participa en los días principales. Las mujeres son las encargadas de llevar la alimentación y bebida de los danzantes. Sin embargo, ellas tienen su propio día denominado *Warmi Baylay* (El baile de las mujeres).

**Imagen 1.** *Danzantes de la comunidad de El Batán - Imbabura en las fiestas del Inti Raymi.*



*Nota:* material propio de Luis Farinango.

Las prácticas más comunes y generales en esta fiesta a nivel andino, específicamente en territorio ecuatoriano, son: bailar agrupados en forma de círculo y colocar a los músicos en el centro de la danza. Los danzantes, sin ningún tipo de indumentaria especial por el momento, visitan diferentes hogares dentro de las comunidades; en cada morada les ofrecen comida y bebida. “Para la celebración de la fiesta, cada familia prepara una comida típica que incluye mazamorra, mote, papas, cuyes, huevos, puercos, quesos, “tostado” con frejol, chochos, entre otros. Como bebidas: chicha de jora, de arroz, de avena y guarapo” (Pereira, 2009, p.71).

En lo concerniente a la música y sonidos que imperan en ese tiempo, son ejecutados por el churo, “la flauta, la guitarra, el pingullo, la zampona, el rondín, el rondador, el charango, la quena, el violín y el bombo” (Pereira, 2009, p.71).

**Imagen 2.** *Músicos que están junto con los danzantes en las fiestas de Inti Raymi.*



*Nota:* material propio de Luis Farinango.

La danza y el festejo no se quedan solo en las comunidades indígenas rurales; en los días de San Juan, San Pedro y San Pablo, los danzantes del *Inti Raymi* se dirigen hacia el pueblo y buscan la plaza principal, donde están los poderes (ejecutivo, militar y eclesiástico), para realizar el acto simbólico de nombre “la toma de la plaza” y mostrar su rebeldía. Para ese día, los danzantes se preparan con sus mejores galas, utilizan vestimenta típica o se disfrazan con atuendos como máscaras, uniformes militares, rostros pintados de negro, zamarros, sombreros mexicanos, sombreros elaborados con cartón y diferentes simbologías (por ejemplo, la esvástica nazi), etc. Todo este acto ritual es una provocación a las autoridades (principalmente mestizas) y una forma de infundir miedo en las comunidades vecinas.

**Imagen 3.** *Danzantes de la comunidad de El Batán toman simbólicamente la plaza central de Cotacachi en las fiestas del Inti Raymi.*



*Nota:* material propio de Luis Farinango.

Una vez que recorren la plaza (tres o cuatro veces) en la mañana, los danzantes se dirigen a sus sitios, donde se realizará el ritual de la alimentación y harán una “pampa mesa” (una mesa colectiva) en la que degustarán los diferentes alimentos y bebidas acompañados de sus familiares. Luego de comer y beber, y por ende recobrar fuerzas, se organizan para salir en la tarde a “tomar la plaza”. Finalmente, culminan el día y regresan a sus comunidades del mismo modo que llegaron: bailando.

Se describe esta celebración porque, en los productos musicales que se analizarán, hay alusiones al momento de la fiesta del *Inti Raymi* como una marca de identificación propia de los pueblos indígenas de los Andes. Este tipo de aseveraciones se fundamentarán en el respectivo análisis.

### **2.3.3. Música andina en Ecuador**

#### 2.3.3.1. Usos y funciones de la música en la cultura

Hablar de música es entrar en un territorio muy vasto. Por ese motivo, el objetivo de este apartado se limita a explicar las funciones y roles que cumple la música en los diferentes espacios y tiempos de nuestra sociedad. A partir de dichas funciones, se analizarán los diferentes procesos que existen para la construcción de identidades colectivas.

Según Frith (1996), los grupos sociales se reconocen a sí mismos por medio de la actividad cultural: una de esas actividades es la música. El autor expresa que hacer música no es una forma de expresar ideas, sino una forma de vivirlas, añadiendo que “la música, como, la identidad, es a la vez una interpretación y una historia, describe lo social en lo individual y lo individual en lo social, la mente en el cuerpo y el cuerpo en la mente [...]” (Frith, 1996, p.184).

La idea de Frith no se concentra en la calidad de la obra musical que escucha una persona “sino cómo la produce, cómo crea y construye una experiencia” (Frith, 1996, p.184). Para el autor, entonces, lo más importante no es la interpretación del dotado (artista o banda musical); lo que le interesa es qué hace la gente con la música. Se trata de un análisis mucho más centrado en las experiencias del oyente. Asimismo, esta concepción otorga la posibilidad de focalizar en las prácticas y experiencias que provoca la música, alejando el estudio del campo de la musicología.

Siguiendo el sentido del párrafo anterior, Frith (2008) menciona que hay cuatro funciones que cumple la música dentro de los diferentes espacios de la sociedad:

La *primera función* responde a cuestiones de construcción de identidad. “Usamos las canciones de pop para crearnos a nosotros mismos una especie de autodefinición particular, para darnos lugar en el seno de la sociedad” (Frith, 2008, p.422). Además, añade que “una vez empezamos a fijarnos en diferentes géneros dentro de la música popular, podemos documentar los distintos modos en que la música consigue dotar a la gente de una identidad, situarla en diferentes grupos sociales” (Ibid., p.423). Por esa razón, parafraseando al autor, la música siempre ha estado muy asociada a temas como el nacionalismo.

La *segunda función* de la música es la de exteriorizar sentimientos o emociones internas de quien escucha:

Porque la gente necesita darles forma y voz a las emociones, que de otra manera no podrán expresarse sin resultar incómodas o incoherentes [...] por eso nuestra cultura tiene una provisión de un millón de canciones en los cuales se dice por nosotros eso mismo, pero de modo mucho más interesante y emotivo. (Frith, 2008, p.425)

Esta función bien se podría encasillar dentro del género considerado romántico, pero su aplicabilidad también podría ocurrir con la canción considerada de protesta.

La *tercera función* “es la de dar forma a la memoria colectiva, la de organizar nuestro sentido de tiempo” (Frith, 2008, p.424). Frith (2008) expresa que la música es un producto cultural que te transporta a otro espacio y momento, es una imagen auditiva que evoca lugares y personas del pasado.

La *cuarta función* de la música popular es brindar un sentido de posesión, es decir, el público o los seguidores de una banda o grupo musical se apropian de los valores que engendra aquella música. “[...] sentimos que poseemos la canción misma, la particular forma de interpretarla que contiene esa grabación, e incluso al intérprete que la ejecuta”

(Frith, 2008, p.426). Este tipo de transferencia provoca que “al poseer una determinada música, la convertimos en una parte de nuestra propia identidad y la incorporamos a la percepción de nosotros mismos” (Frith, 2008, p.426). En otras palabras, la obra musical pertenece a los seguidores de la música, hasta tal punto que la vanaglorian y la revisten con características sagradas.

En resumen, para Frith (2008) “la música conecta con un tipo concreto de turbulencia emocional, asociada a cuestiones de identidad individualidad y de posicionamiento social, en lo cual lo que más se valora es el control de los sentimientos públicos y privados” (p.45). En definitiva, las cuatro funciones de la música popular

[...] están relacionadas con la creación de la identidad, con el manejo de los sentimientos y con la organización del tiempo. Cada una de estas funciones depende, a su vez, de nuestra concepción de la música como algo que puede ser poseído. (Ibid., p.427)

Otros autores también señalan que, además de los usos de la música popular, hay que pensar en sus funciones. Esta diferenciación entre los usos y las funciones de la música popular no tendría sentido en algunos casos, pero desde la perspectiva de Alan P. Merriam (2008) es necesario realizarla. Como explica dicho autor, al hacer mención al uso de la música en la sociedad “nos referimos a las distintas formas en que la música es utilizada en la sociedad, a la práctica habitual o al ejercicio corriente de la música – ya sea por sí misma o en conjunción con otras actividades –” (Merriam, 2008, p.276).

En cambio, el uso de la música popular puede o no estar acompañado de una función. Según Merriam (2008), la función de la música es algo mucho más profundo: “la palabra <<uso>> se refiere a las situaciones humanas en que se emplea la música; <<función>> hace

referencia a las razones de ese uso y, particularmente, a los propósitos más amplios a los que sirve” (p.277). Dentro del mundo andino, por ejemplo, la música sí representa una expresión cultural y cumple también con funciones sociales que se pueden observar en festividades como: el bautizo, el matrimonio, la muerte y la cosecha. En ese marco, explica: “las canciones también acompañan la medicina y su práctica, y se emplean para obtener una buena caza, una buena pesca o una cosecha generosa” (Merriam, 2008, p.283).

A partir de esa distinción, Merriam (2008) prosigue explicando diez funciones de la música popular:

La función de *expresión emocional*, que hace referencia a la música como vehículo para expresar emociones internas, como vía de escape y mecanismo de alivio emocional en personas que realizan actividades en forma conjunta. Los gritos, las lágrimas, los cantos a viva voz en los conciertos cumplen con esta función.

La función de *goce estético*. “[...] diremos solamente que la función de goce estético es claramente operativa en algunas culturas y que quizá esté presente en otras” (Merriam, 2008, p.290). En otras palabras, hace referencia al disfrute más intelectual de la música, un goce asociado a la obra musical y su ejecución.

La función de *entretenimiento*. Se evidencia que en todas las sociedades la música siempre cumple con la función de entretenimiento. El autor sostiene que, en sociedades occidentales, la música está más asociada al entretenimiento puro, y en las sociedades no alfabetizadas, es en mayor medida un entretenimiento combinado con otras funciones (Merriam, 2008).

La función de *comunicación*, que refiere a la capacidad de la música de llevar consigo un mensaje. Pero entender la pieza musical resulta complicado si el sujeto que escucha no es parte de la cultura: la música no es un lenguaje universal, sino que está condicionada por la cultura a la que pertenece (Merriam, 2008).

Función de *representación simbólica*. “Hay pocas dudas de que la música funciona en todas las sociedades como representación simbólica de otras cosas, ideas y comportamientos” (Merriam, 2008, p.291). Esta función es la que más caracteriza a las obras musicales de los pueblos originarios de América.

La función *física*. “La música provoca, excita y canaliza el comportamiento de las multitudes, anima las reacciones del guerrero y el cazador, e inspira la respuesta física de la danza, que ocasiones puede ser central en el evento considerado” (Merriam, 2008, p.291). Se considera importante reflexionar en la función física porque ayudará a entender la relación que existe entre cuerpo y mente en la música andina indígena.

La función de *refuerzo de la conformidad a las normas sociales*. Las canciones cumplen funciones sociales de norma y advertencia: a través de ellas se exponen las conductas adecuadas en un contexto cultural. Para ejemplificar este punto, Merriam (2008) alude a las canciones de las ceremonias religiosas o la música de protesta.

La función de *refuerzo de instituciones sociales y ritos religiosos*. A través de este tipo de canciones “se reafirman los sistemas religiosos, como en el folclore, al cantar y recitar mitos y leyendas, así como con música que expresan preceptos religiosos” (Merriam, 2008, p.292). También poseen una función moralizadora: “se reafirman las instituciones sociales mediante canciones que resaltan lo que es adecuado y lo que no, o las que dicen a la gente qué debe hacer y cómo debe hacerlo” (Ídem).

La función de *contribución a la continuidad y estabilidad de una cultura*. La música juega una función importante en la conservación de la cultura, es una forma de materialización cuyo componente recorre las emociones, el placer estético, el entretenimiento, la comunicación y provoca una respuesta física en nuestra corporalidad. Por todo eso, la música reafirma, continúa y estabiliza la cultura (Merriam, 2008). Dentro de esta función, la música “es una actividad en la que se sintetiza la expresión de valores; un

medio por el que lo más profundo de la psicología de una cultura es expuesto sin muchos de los mecanismos de defensa que rodean otras actividades” (Ibid., p.292).

La función de *contribución a la integración de la sociedad*. La música, en casi todas sus variantes, ayuda a la reducción de la incertidumbre respecto al desequilibrio social y a la integración de las personas. “La música, así, es un punto de encuentro alrededor del cual los miembros de la sociedad se unen para participar en actividades que requieren de cooperación y la coordinación de grupo” (Merriam, 2008, p.294).

Merriam (2008) menciona que, si bien la lista presentada puede ser ampliada y discutida, los aspectos enumerados reflejan de forma general las funciones más importantes que subyacen en la música. A modo de síntesis, expresa que la música “es claramente indispensable para la ejecución cabal de las actividades constitutivas para la sociedad; se trata de un comportamiento humano universal sin el cual es cuestionable que el hombre pueda llamarse verdaderamente hombre, con todo lo que eso implica” (Merriam, 2008, p.295).

Tomando las ideas de Frith y Merriam, se puede entender el planteo teórico de Ángela Garcés Montoya en su artículo denominado “Juventud, música e identidad”, publicado en el 2007. La autora conceptualiza a la música como un tipo particular de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos para la construcción de sus identidades sociales. Más específicamente, la autora menciona que:

La música es un tipo particular de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos que tales personas utilizarían en la construcción de sus identidades sociales. De esta manera, el sonido, las letras y las interpretaciones, por un lado, ofrecen maneras de ser y comportarse, y por el otro ofrece modelos de satisfacción psíquica y emocional. (Garcés, 2007, p.8)

La música, en conclusión, tiene usos y funciones dentro de los diferentes marcos que ofrece la sociedad para interactuar con ella. A partir de las explicaciones de Frith (2008), Merriam (2008) y Garcés (2007), se ha evidenciado que la música permite la construcción de identidades colectivas. Así, es preciso hacer caso a la recomendación de Attali (1977), quien expresa que “hay que aprender a juzgar una sociedad por sus ruidos, por su arte y por sus fiestas más que por sus estadísticas” (p.11).

En ese marco, se considera que la música indígena andina posee varias de las características explicadas por los autores, que se irán analizando en los apartados correspondientes.

#### 2.3.3.2. Música nacional en Ecuador

Los medios de comunicación y el sector comercial fonográfico denominan *música nacional* a aquellos ritmos que, de cierta manera, condensan o representan la historia y la identidad nacional (Ayala, 2008). Esta nominación no es suficiente para describir y contener la variedad de ritmos que existen en el territorio ecuatoriano; pero dentro de este ámbito ocurre un hecho particular: se clasificó al *pasillo* (desde 1993, se estableció el 1 de octubre como el “Día del pasillo ecuatoriano”) y al *albazo* como música nacional, denominación legitimada por la institucionalidad<sup>9</sup>.

Pocas veces se incluyen en la categoría de música nacional los ritmos o estilos asociados a los pueblos y nacionalidades como los afroecuatorianos, montubios o indígenas del Ecuador. En la misma línea, otros ritmos como el *rock*, la *salsa*, el *merengue*, el *pop*, etc. también quedan afuera, a pesar de ser productos musicales elaborados en territorio

---

<sup>9</sup> Hay autores que son más generosos con la denominación de música nacional. Ese es el caso de Pablo Ayala, que dentro de la categoría música nacional ubica diversos ritmos como: *pasillos*, *pasacalles*, *aires típicos*, *sanjuanitos*, *saltahspas* y *yaravies*.

ecuatoriano (en algunos espacios más informales, tienden a llamarlos la “escena alternativa” del Ecuador).

Ataulfo Tobar (1981) recuerda que los ritmos ecuatorianos tienen tres vertientes: la primera, aborígen-indígena; la segunda, influencia africana; y la tercera, influencia mestiza. Al analizar estas tres raíces, hay que decir que: “la música popular tradicional del Ecuador es el resultado sincrético de los aportes recíprocos culturales, tanto hispánicos como aborígenes” (Tobar, 1981, s/p). Son aportes que en muchas ocasiones dialogan y pocas veces se contradicen.

En ese sentido, según Ordóñez (2010): “las músicas tradicionales del Ecuador son producto del mestizaje cultural entre indígenas, africanos y europeos” (p.48); por esa razón, desconocer una de esas matrices es ocultar una parte de la misma identidad, aunque a estas alturas del progreso de la humanidad, no se podría hablar de ritmos originales o autóctonos. Respecto a la última idea, Tobar (1981) menciona que, dentro del territorio amazónico, los ritmos tienden a ser más puros, y más híbridos en la parte andina.

El problema, entonces, no está en la mixtura de ritmos, pues ahí radica su valor (según esta propuesta de investigación); el debate se concentra en la negación de una parte de la herencia cultural dentro del ámbito de la música, es decir, la invisibilización de la raíz indígena. Se busca, a través de diversos mecanismos como el comercial y el político, que la música nacional tenga solo rasgos foráneos europeos para que forme parte de la identidad nacional (Wong, 2013). Y, por supuesto, la institucionalidad cultural oficial termina por legitimar esta lógica de blanqueamiento.

Este tipo de prácticas, el resaltar un estilo marginando a otros, no es un fenómeno aislado. Las acciones respecto a la prohibición de ritmos, por ejemplo, se observan desde la antigua Roma y en la Europa Medieval, como afirma Ted Gioia (2016). Estas prohibiciones se dieron con diversas justificaciones, pero muchas veces se prohibió cierta música por

incitar a la emoción más que a la razón, por aludir a las pasiones más mundanas (sexo y erotismo) y por actitudes de servilismo frente a la persona amada (interpretado como signo de debilidad). En un contexto más cercano, por ejemplo, en la Argentina, los ritmos como el *jazz* han sido racializados, es decir, adquirieron la etiqueta de "música negra" y por eso no fueron tenidos en cuenta dentro de la construcción de los discursos del Estado – nación (Corti citado en Vargas, 2020). Lo que se quiere evidenciar con estas afirmaciones es que siempre se limita o segrega a las canciones y las músicas (al arte en general) que no encajen con los discursos del poder.

La catalogación de diferentes ritmos como música nacional, música folclórica, música chicha o “escena alternativa” no responden solamente a criterios comerciales; dichas denominaciones están entrecruzadas por ideas de clase (Wong, 2013), prejuicios, estereotipos y también dependen de la ubicación geográfica (campo - ciudad) donde se consume aquella música. El *pasillo*, por ejemplo, es un estilo institucionalizado como música nacional y es motivo de orgullo de los ecuatorianos; en cambio, ritmos como la música *chicha*, *tecnocumbia* o *rocola*, están asociados a las clases populares, y los espacios donde se disfrutaban son los barrios, los mercados o los estadios deportivos.

Algo similar ocurre con la música denominada “andina” (una denominación dada por los medios radiales con tendencia más popular). Como se observará más adelante, el nombre de música andina encierra también serios problemas para reunir a los nuevos ritmos que se auto catalogan bajo ese nombre. Así, surgen preguntas como ¿qué elementos se necesitan para que la música sea considerada andina?, ¿qué se entiende por música folclórica? Sobre estas cuestiones se trabajará más adelante, pero vale plantear estos interrogantes para guiar algunas reflexiones previas.

Siguiendo con el argumento de Wong (2013), la clasificación de géneros musicales en territorio ecuatoriano responde a una disputa y confrontación entre discursos

hegemónicos versus subalternos. En Ecuador, este tipo de taxonomías responde a discursos y prácticas que están enraizados desde la época de la colonia; concretamente, se perpetúan discursos racistas y peyorativos hacia la herencia indígena. De esta forma, se puede observar que la música está asociada a los problemas políticos y sociales en la construcción de la identidad cultural de los ecuatorianos.

El rescate y valoración de la matriz cultural indígena es un proceso que ha comenzado recientemente, y sin embargo, los discursos y prácticas que han sido la norma siguen devaluando el universo cultural de los indígenas del Ecuador. Es decir, desdeñar las prácticas culturales andinas y sobrevalorar la herencia española es una norma aceptada. Para afirmar esta idea, Wong (2013) menciona que: “en el caso del Ecuador, la cultura indígena ha sido devaluada, mientras que el <<blanqueamiento>> cultural se convirtió en el objetivo principal de la <<nación mestiza>> del siglo XX” (p.21).

Además, la autora advierte una situación curiosa:

[...] el <<indio arqueológico>> del periodo prehispánico es visto como una gente valiente que lucha contra los conquistadores españoles [...] por defender su territorio, el <<indio>> del periodo colonial y del presente ha sido marginado por sus costumbres y estilo de vida. (Wong, 2013, p.21)

En los libros de historia ecuatoriana existen datos y narraciones sobre el Imperio Inca y sus emperadores, pero luego de la conquista y la consolidación de la colonia, no se encuentran referentes indígenas. De esta forma, para la institucionalidad ecuatoriana, el sujeto indígena pasa a ser visto como delincuente o agitador social (por ejemplo, Daquilema, Dolores Cacuango, Tránsito Amaguaña, entre las principales figuras que se pueden

nombrar). Es recién en la actualidad cuando estos personajes comienzan a ser considerados como figuras de lucha y resistencia.

En esta línea, Wong (2013) afirma que “los ecuatorianos de las clases media-alta y alta (blancos-mestizos) no reconocen la herencia indígena de su identidad mestiza, una actitud que se observa simbólicamente en los estereotipos y las etiquetas comerciales que las élites utilizan para referirse a la MPE<sup>10</sup> [...]” (Wong, 2013, p.23). No se trata, así, de etiquetas para clasificar géneros o estilos musicales, sino de tipologías para clasificar las clases sociales. La “<<música chichera>> y <<música rocolera>> señalan las tensiones raciales que existen entre y dentro de los grupos mestizos, y tienen connotaciones peyorativas similares a aquellas vinculadas con los términos *longo*<sup>11</sup> y *cholo*<sup>12</sup> ” (Ídem). Algunos grupos, incluso, editan las canciones para que no haya huellas de herencia andina y se resalte la herencia española a través de la “estilización de las letras, los arreglos musicales y la forma de cantar” (Wong, 2013, p.22).

Para algunos autores, la denominación “música nacional” no podría abarcar toda la diversidad de ritmos que existen. El escritor Miguel Donoso Pareja (citado en Wong, 2013) afirma que el Ecuador carece de una música popular que integre y unifique a su gente de la misma forma en que la cumbia, la samba y el tango identifican a Colombia, Brasil y Argentina, respectivamente. Para él, “la única identificación musical que tenemos los ecuatorianos es la del sufrimiento, las lamentaciones, la borrachera llorona y la desgarradura por los amores fracasados e imposibles. En pocas palabras: una identidad negativa, autoconmiserativa y castradora” (Donoso Pareja citado en Wong, 2013, p.25).

---

<sup>10</sup> MPE: Música Popular Ecuatoriana.

<sup>11</sup> *Longo* es una palabra quichua que significa joven o adolescente. Sin embargo, en las ciudades, la palabra *longo* se utiliza como un insulto. Se trata de una expresión donde se busca decir a la otra persona que es un indígena, a partir de la imagen de un sujeto indígena humillado, vencido, servicial, feo, etc. Y el sujeto que lo dice se coloca en la posición de blanco-mestizo. Se trata de un insulto racista. *Longo* es equivalente a la palabra *Naco* que se utiliza en México.

<sup>12</sup> *Cholo* es una palabra para referirse a las personas de clase popular. Se trata de un insulto de clase social.

La música andina siempre ha estado, entonces, enfrentada al tema del racismo. Por esa razón, se produce y se disfruta en las periferias de las grandes ciudades y provincias, donde hay mayor población indígena. Algo similar ocurre en los medios de comunicación: los grandes medios nacionales no poseen ningún espacio para este tipo de expresiones culturales; en cambio los medios de comunicación más pequeños y de estilo popular, programan este tipo de música, aunque la programación está, casi siempre, por fuera de los horarios estelares.

A pesar de esa marginación evidente, desde la institucionalidad y el mercado, las expresiones de los pueblos indígenas han experimentado un repunte, sobre todo en la música. Esta reciente visibilización ocurre por la confluencia de diversos factores. Por ejemplo, influye el hecho de que la música, en el contexto latinoamericano, ha estado siempre cerca de la lucha social, la apropiación de espacios políticos, la defensa de los derechos (Soto-Silva, 2017). Sin embargo, uno de los elementos primordiales es el contexto tecnológico, que permite cierto grado de visibilidad a los grupos tradicionalmente desplazados.

Para sintetizar las ideas que se manejan hasta el momento, se recurre a las palabras de Ayala (2008). Si bien sus reflexiones son pensadas en el ámbito del *rock* quiteño, también aportan luz al análisis del proceso de la música andina:

La cultura musical del Ecuador no está contenida de manera estática en el pasillo, pasacalle o sanjuanito. La cultura cambia y se transforma constantemente, por ello, quien la estudia debe enfocarse en lo que es en realidad y no en cómo debería ser, es decir, en las prácticas culturales reales que tienen lugar entre las personas concretas, evitando el conservadurismo nostálgico. (Ayala, 2008, p.27)

Las ideas conservadoras funcionan como velos que no permiten entender que la cultura y la música indígena conllevan influencias rítmicas y audiovisuales de diversos territorios del mundo; son productos interculturales donde se evidencia el sincretismo de las ideas, reconociendo la matriz propia y agradeciendo a los elementos foráneos que ayudan a la revitalización de las expresiones artísticas. En este sentido, “hoy la nueva generación de indígenas se atreve a experimentar, a crear y fusionar ritmos, razón por la cual existen ritmos andinos fusionados con música electrónica, *reguetón*, cumbia y *hip hop*” (Farinango, 2013, p.89). Todo esto refleja que la cultura y la música están vivas, y que es imposible reclamar su pureza. Las prácticas indígenas se alejan de los discursos únicos que existen dentro del marco institucional, la cultura dominante y el mercado musical ecuatoriano, para dar paso a un juego de similitudes, contradicciones, paradojas y mixturas.

#### 2.3.3.3. Clasificación de la música popular ecuatoriana

En este apartado se realizará una breve descripción de los diferentes ritmos o estilos musicales que existen en el territorio ecuatoriano, poniendo énfasis en los estilos musicales considerados andinos que estén directamente asociados a los pueblos *Kichwas* de la serranía ecuatoriana.

Los estilos musicales bajo la etiqueta “andinos” son: *yaravi*<sup>13</sup>, *yumbo*<sup>14</sup>, *sanjuanito*<sup>15</sup> y *saltashpa*. Según Tobar (1981), dicha lista se podría complementar con dos ritmos adicionales: el *danzante* y los *carnavales*.

---

<sup>13</sup> Tema musical: “Amargura” (yaravi). Arequipa la Brava, 2008. En YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=FOGOS47Cz2w>

<sup>14</sup> Tema musical: “Los Corazas” (yumbo). Ecuador. En YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Mk-PyoOGVtY>

<sup>15</sup> Tema musical: “Cuatro Esquinas” (sanjuanito). Ecuador Manta. En YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=uPY85UeZkJw>

**Tabla 19.** *Clasificación de la música tradicional en Ecuador.*

<b>Música tradicional del Ecuador</b>		
<b>Influencia Aborígen</b>	<b>Influencia Africana</b>	<b>Influencia Mestiza</b>
Yumbo	Torbellino	Albazo
Yaraví	Bomba	Tonada
Sanjuanés	Andarele	Chilena
Saltashpa		Pasacalle
Carnavales		Pasillo

*Nota:* cuadro tomado de Ataulfo Tobar.

Como indica Ordóñez (2010), los estilos musicales *danzantes* o *yumbos* provienen de la época del Imperio Inca y se han readaptado desde aquellas épocas. En la actualidad, se manifiestan en las fiestas realizadas en honor a las divinidades religiosas católicas, que se realizan en barrios populares o periféricos de las grandes ciudades en la serranía ecuatoriana. Una similitud que tienen los *yumbos* y los *danzantes* es que el ritmo se materializa en el cuerpo, es decir, el cuerpo y sus movimientos son los modos de expresión de estos estilos musicales. El *danzante* no solo hace referencia al momento o espacio de la fiesta, es sobre todo la mención al ejecutante de aquel ritmo (Ordóñez, 2010).

**Imagen 4.** *Danzantes de la provincia del Cotopaxi.*



*Nota:* imagen tomada del periódico *El comercio*, de Quito.

El *yaraví* ecuatoriano, según Ordóñez (2010) es una tonada triste y suave, cuya función social es representar el ciclo vital. Este tipo de pieza musical se puede escuchar sobre todo en Semana Santa (abril) y fiesta de Santos Difuntos (2 de noviembre). “El *yaraví* indígena está asociado con el timbre del rondador, una flauta de pan de origen ecuatoriano que está formada por una hilera de tubos ordenados en una línea en zigzag” (Wong, 2013, p.66). En cambio, “el *yaraví* mestizo tiene una estructura musical binaria en compás de 6/8 y se canta con el acompañamiento de una guitarra” (Ídem).

El *yaraví mestizo* es cercano a otro ritmo, de nombre *albazo*<sup>16</sup>. Según Gerardo Guevara (citado en Wong, 2013), el *albazo* sería un *yaraví* tocado en un tempo rápido.

Como ejercicio de rastreo del término y estilo musical del *yaraví*, Wong hace referencia a los estudios de Juan Agustín Guerrero (1860) y Marcos Jiménez de la Espada (1883). Éste último presentó, en el Segundo Congreso de Americanistas celebrado en

---

<sup>16</sup> El *albazo* aborda temas sobre desamor, sufrimiento y nostalgia.

España, un documento que hacía referencia a *yaraviés quiteños*. Según la explicación de Wong (2013), en esa presentación no todos los estilos mostrados eran yaraviés, pero se utilizó como término para identificar la música indígena y mestiza de la región andina.

Citando a otros autores en su estudio, Wong (2013) apunta que el ritmo triste es un elemento idiosincrático de la música ecuatoriana, es decir, el ecuatoriano se alegra con música triste. A esta misma idea haría referencia Von Humboldt cuando dijo que los “ecuatorianos son gente extraña, duermen tranquilos entre volcanes y se alegran con música triste”.

Como cuenta Wong (2013):

Columbia Records grabó dos yaraviés mestizos en sus primeras producciones discográficas en la década de 1910. El yaraví era un género muy popular en esta época, a juzgar por la frecuencia con que las bandas militares los tocaban en las retretas. (p.67)

La autora menciona que este género entraría a la antología nacional de la mano de Ulpiano Benítez (1871-1968), con su tema “Puñales”:

Puñales (Ulpiano Benítez)

*Mi vida es cual hoja seca*

*Que va rondando en el mundo.*

*No tiene ningún consuelo,*

*No tiene ningún halago.*

*Por eso cuando me quejo*

*Mi alma padece cantando*

*Mi alma se alegra llorando.*

*Llorando mis pocas dichas*

*Cantando mis desventuras.*

*Camino sin rumbo cierto*

*Sufriendo esta cruel herida.*

*Y al fin ha de dar la muerte*

*Lo que niega la vida.*

*Qué mala suerte tienen los pobres*

*Que hasta los perros le andan mordiendo.*

*Así es la vida, guambrita*

*Ir por el mundo, bonita, siempre sufriendo.*

El género musical *yumbo* “es una danza y un género musical de origen preincaico característico de la zona central de la Sierra, especialmente en las provincias de Chimborazo y Cotopaxi” (Wong, 2013, p.68). Este género musical comparte una característica similar con el *danzante*: el nombre es otorgado por los personajes que son partícipes del baile o la danza en las festividades andinas. Toda esta ritualidad es para agradecer a la Madre Tierra por la cosecha. “El *yumbo* es una danza de tempo rápido y carácter festivo” (Ídem).

Wong (2013) explica que, a pesar de su popularidad, este género no se incluye en las antologías de música nacional en Ecuador. Se lo encuentra en las producciones musicales del artista indígena Ángel Guaraca<sup>17</sup>. Los sectores de clase media - alta se refieren al género

---

<sup>17</sup> Ángel Guaraca es un artista indígena de la provincia de Chimborazo. Se autodenomina “el pesado del ritmo”. Tema musical: “Campesino de mi tierra”: <https://www.youtube.com/watch?v=d2qgaXHCms>

simplemente como “música chichera”, denominación que encierra connotaciones despectivas.

*El danzante* y el *yumbo*, como se ha mencionado, hacen referencia al momento de la fiesta y a los bailarines que ejecutan esos ritmos. Wong (2013) agrega otros elementos que forman parte de ese espíritu festivo: “la quema de castillos y las comparsas de bailarines vestidos de danzantes con el acompañamiento del conjunto del conjunto de una flauta y un tambor” (p.69).

El *sanjuanito* es el ritmo musical más relacionado a la fiesta andina. Su tonada es más rítmica, con tiempos rápidos. Este ritmo es, quizá, el más desarrollado y difundido, porque hace referencia a las fiestas de la cosecha y el sol denominadas las fiestas del *Inti Raymi*. Según Ordóñez (2010), este ritmo nace en Imbabura y su nombre tiene que ver con San Juan el Bautista, que marca un sentimiento de regocijo al culminar la recolección del maíz. “Los sanjuaneros antiguos se interpretan con bombos, pingullos y rondadores. Después con arpas. Ahora vemos que los sanjuaneros los interpretan con violines, guitarras, quenás, charangos, zamponas, flautas de pan, etc., sin perder la funcionalidad original” (Ordóñez, 2010, p.53).

Según Farinango (2012), el ritmo del *saltashpa* es muy parecido al sanjuanero, porque ambos son ritmos alegres. “Incluso el término *saltashpa* es un sincretismo lingüístico entre el castellano y el quichua que significa «saltando»” (Farinango, 2012, p.53).

#### 2.3.3.4. Música andina indígena del Ecuador

La categoría de “música andina” incluiría, en principio, a todos los estilos y tipos de música que se producen en los países que recorre la Cordillera de los Andes. Sin embargo, para la concreción de una definición que ayude a describir este tipo de música, se consultó

a varios artistas de la ciudad de Otavalo, Ecuador. Existen varios criterios que van desde algunos artistas que aceptan la catalogación que se ha impuesto, algunos que establecen definiciones particulares y otros que no desean saber sobre clasificaciones.

Para fundamentar la perspectiva que se adoptará sobre dicho término, se recurrirá a la investigación *Proceso de hibridación a través de la música andina en Otavalo*, de Luis Farinango (2012). En este trabajo, el investigador se pregunta qué se entiende por música andina:

En primera instancia la referencia de andina hace mención sencillamente al lugar geográfico de pertenencia de un artista o un grupo musical; en segundo momento, se hace referencia a un universo simbólico de lo andino donde existen discursos y prácticas desde el cual se interpreta el mundo, esta visión está ligada a los conocimientos y saberes de los pueblos originarios de América Latina. (Farinango, 2012, p.49)

Sin embargo, la referencia de “andina/o” trae consigo muchas interpretaciones. Otro de los términos que se suelen utilizar con mucha frecuencia es el de música folclórica. Pero, como menciona Guerrero (2002), esta última denominación encierra un proceso de cosificación, es decir que se manifiesta una posición de poder, ya que dicha designación corresponde a una representación de alguien sobre “otros”. En otras palabras, al fenómeno se lo convierte en objeto exótico.

Volviendo a la música andina, en un primer momento se pensaba que sus intérpretes eran únicamente los pueblos originarios y aquellos grupos que pertenecían a las clases populares de las periferias de las grandes ciudades del Ecuador. “Con el paso de los años aquel campo se ha consolidado con el ingreso de muchos individuos y grupos que no

necesariamente pertenecen o se auto-identifican como parte de los pueblos originarios” (Farinango, 2012, p.50). Con esto se evidencia que, en los últimos tiempos, algunos sectores mestizos han reivindicado este estilo musical. Por ejemplo, como se puede observar en la imagen n°5, el grupo “Villamarka” es un conjunto de música andina compuesto por personas que no se auto identifican como indígenas.

**Imagen 5.** Grupo de música andina “Villamarka” de la ciudad de Ibarra - Imbabura.



*Nota:* imagen tomada de internet.

Entonces, a pesar de que el término “música andina” representa una imposición desde el ámbito comercial, hay que advertir que es el más reconocido y aceptado entre los músicos, medios de comunicación y almacenes musicales. Además, el término *música andina ecuatoriana* ayudará a comprender el nexo entre la cultura mestiza popular y la cultura indígena (Farinango, 2012).

Jonny Oña es productor y DJ de música *electro-andina*. Para él, la clasificación de la música andina ecuatoriana estaría conformada por tres grupos: *música tradicional*, *música folklórica* y *música andina*. En la música tradicional, con ausencia total de instrumentos electrónicos, la ejecución del ritmo estaría a cargo de la percusión (a través de bombos de madera o piel de algún animal) y la utilización de instrumentos de vientos (como la quena, la zampoña, el churo -caparazón de los moluscos -). Este tipo de estilos musicales cumpliría la función social de “narrar” determinados momentos trascendentales en la vida de los indígenas, como matrimonios, bautizos, fiestas comunitarias y funerales<sup>18</sup> (Oña citado en Farinango, 2012).

El concepto de música folclórica, siguiendo con la explicación de Oña, hace referencia a los sonidos de los pueblos y las culturas. En esta categoría se puede “mejorar” al ritmo tradicional, creando, armonizando o mezclando con sonidos mucho más actuales, a través de la utilización de instrumentos musicales electrónicos. Para Oña (citado en Farinango, 2012), la música folclórica es un espacio más abierto a la creación y experimentación.

Finalmente, Oña explica que “[...] la denominación de música andina es para referirse de forma general a un tipo de música que se realiza en los Andes Americanos y donde está incluida la música de la ciudad de Otavalo” (citado en Farinango, 2012, p.54).

Según José Espinosa, productor de videoclips, explica que desde su visión la denominación de música folclórica se da solo en Ecuador, pues en Estados Unidos o Europa se la conoce como música *New Age*. Espinosa precisa que la denominación de música andina es la más generalizada para referirse y ubicar a este tipo de música. Para él, la música andina está relacionada con “[...] funciones más espirituales y que están casi siempre asociadas a

---

<sup>18</sup> Boda indígena donde se interpreta el arpa y se baila en círculos. <https://www.youtube.com/watch?v=ZXsDP7XhQY8>

los rituales de curación de Taitas<sup>19</sup> y Chamanes en la limpieza o purificación del cuerpo” (Espinosa citado en Farinango, 2012, p.54).

Sayri Cotacachi (2012), director de la agrupación “*Charijayac*”, considera que la música que ellos producen no se puede encasillar dentro de lo folclórico. Parafraseando a Cotacachi (citado en Farinango, 2012), su música es una fusión, producto de múltiples viajes realizados por la agrupación, que han permitido la identificación con diversos ritmos, melodías y estilos (como el *reggae* de Jamaica o la rumba catalana) que, posteriormente, han ido incorporando a sus creaciones musicales. Según sus palabras, en sus canciones se puede evidenciar la fusión, la mezcla y la adopción de ritmos foráneos.

Otra mirada es la de Maldí Gramal, director de la agrupación “*Winiaypa*” de la ciudad de Otavalo, quien considera que su música no responde a ninguna clasificación. El artista, si bien argumenta que quizá se podría denominar “andina” por los matices en la instrumentación, o por estar ubicados geográficamente en los Andes y ser parte del mundo andino, afirma: “Pero yo, más que eso lo quisiera llamar música, así sencillamente” (citado en Farinango, 2012, p.55).

Otra agrupación ecuatoriana, con varias décadas de trayectoria en la escena musical, es el grupo “*Los Jayac*”<sup>20</sup> de la provincia de Pichincha. Saúl Díaz, director musical, considera que las denominaciones de música andina, folclórica y tradicional son lo mismo (citado en Farinango, 2012).

La investigación de Farinango también recoge otros criterios, ya no de los artistas, sino también de locutores de radios que programan música andina. Wladimir Carvajal (citado en Farinango, 2012), locutor de la radio “Francisco Estéreo” de Quito, por ejemplo, opina que:

---

<sup>19</sup> Dentro de las comunidades andinas, se consideran Taitas a las personas ancianas que tienen sabiduría para aconsejar a los más jóvenes. Asimismo, este término puede ser utilizado para referirse a las personas que realizan chamanismo a través de plantas naturales para curar a las personas de las dolencias y malas energías.

<sup>20</sup> *Jayac* se podría traducir al castellano como: aliento, fuerza o carácter.

[...] la música andina siempre ha estado ahí, es una fusión de ritmos bastante ancestrales con bombos, con quena, pingullo [...] luego [...] trajeron y heredaron nuestros invasores [...] charangos, guitarras, toda una fusión diferente lo que ahora conocemos como música andina. (p.57)

De esta forma, luego de haber realizado un recorrido por las diferentes voces de aquellos que producen y difunden la música andina, se evidencia que la adopción de un solo nombre o terminología resulta controvertida. Por esa razón, se las podría catalogar como “músicas andinas” (Godoy, 2012), ya que se encuentra un amplio repertorio de ritmos dentro de esa categoría. Dichos ritmos se cruzan, se distancian y dialogan, de una manera casi siempre armónica, pero que no deja de ser compleja y conflictiva.

#### 2.3.3.5. Circuitos de la música andina (históricos y de nueva aparición)

Asumiendo el riesgo del reduccionismo, en esta sección se quiere enumerar a algunos artistas y representantes de la música andina indígena. Hay que indicar que esta revisión se concentra en la provincia de Imbabura, aunque también se han nombrado artistas de otras provincias de la serranía ecuatoriana.

**Tabla 20.** *Músicos históricos y de nueva generación de la música andina indígena del Ecuador.*

<b>Históricos</b>			
Charijayac <sup>21</sup>	Ñucanchi Ñan	Winiaypa	Jesús Fichamba
Yarina	Ñanda Mañachi <sup>22</sup>	Mana Maymanda	Ángel Guaraca
Delfín Quishpe	Karu Ñan	Jayac	Enrique Males
Jualián Tucumbi	Los Huayanay		
<b>Nueva Generación</b>			
Niway	Los Nin	Rimay	Runa Style
Proyecto Coraza	Los Amigos Millonarios	Runa Llacta	Azamakuna
Shairy Quimbo	Mariela Condo	Proyecto Kuri	Ninay
Chaniy	Sisay	Jataris	Los caminantes del Zuleta
Wiñay Cayambis	Runa Kapari	Samy	Jokiwas
Ayllus de Camuendo	Tuldupay	Juyanis	Pacha Guillin
Kaylla	Sanai	Grupo Achik	Generación Runa Kay
Purik Dreams	Tamy Morán	Amarak	Nely Janet
Alex Cora			

*Nota:* elaboración propia.

#### **2.3.4. Visualidad indígena**

Hablar de visualidad indígena en el Ecuador remite, casi de forma inmediata, al documental audiovisual. Sin embargo, el documental, casi siempre desde una perspectiva

<sup>21</sup> Se puede visualizar un documental realizado por los 25 años de trayectoria musical de la agrupación “Charijayac” en el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=-zUoRNpB2Qs>

<sup>22</sup> Un documental sobre Ñan de Mañachi se puede visualizar en el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=Qp17-AON3OU>

mestiza, retrata de forma peyorativa, pasiva y folclórica al pueblo indígena. Es decir que los grupos indígenas son representados como objetos y no como sujetos, de forma vacía y superficial, y sin ningún tipo de agencia política y social en la vida del Ecuador (León, 2010).

Existe otro discurso, que proviene desde la academia, e intenta romper con la ideología de los grupos hegemónicos. Pero esta visión crítica, si bien es cierto que complejiza al sujeto indígena y le otorga mayor visibilidad para que sea parte del proyecto moderno Estado – nación, sigue manteniendo un discurso con ideas paternalistas y coloniales (León, 2010). En otras palabras, son los académicos o los realizadores audiovisuales críticos (la mayoría mestizos) quienes hablan o denuncian en nombre de los indígenas, creando, así, una “imagen ventrílocua” (Guerrero citado en León, 2010, p.45).

Estas dos perspectivas (el mundo de los grandes medios de comunicación y la academia) tienden a vivir por separado. Sin embargo, la visión de los medios es la que mayor peso ha tenido en la construcción de un sujeto indígena: una representación que está fuera de tiempo y oculta los diferentes matices de la identidad cultural indígena.

Aun así, en el continente existen propuestas para dotar de conocimiento intelectual y técnico a los propios grupos indígenas, para que ellos mismos tomen la cámara y, a través de ella, cuenten sus historias desde sus propias realidades (Córdova, 2011).

En ese marco, el pueblo indígena viene transitando un recorrido con el audiovisual como instrumento de lucha. Como señalan diversos autores, este crecimiento sostenido, aunque no suficiente, de la producción audiovisual indígena en Ecuador es producto de décadas de luchas políticas y sociales, que tuvieron como punto de partida el levantamiento indígena de los años 90 y la colaboración de diversos colectivos locales e internacionales (*Rupay, Kinde y Selva producciones*). De allí en adelante, la producción audiovisual se ha convertido, para los pueblos indígenas, en un medio alternativo para rebatir discursos

coloniales, mostrar la espiritualidad indígena, fortalecer la identidad y sostener la autodeterminación de los pueblos (Muenala, 2018).

El tipo de producciones que han acaparado la atención, por su versatilidad para el manejo del tema político, han sido el documental (en la mayoría de casos) y el cine (en menor proporción). Según León (2010) “entre 1926 y 2009 se registran más de 200 obras audiovisuales de temática indígena. Del total de esta producción, el 34% fue realizado en cine, mientras que el 66% en vídeo (formato documental)” (p.81).

En este mismo periodo, analizando por regiones la producción del documental dentro de Ecuador, se observa que hay supremacía de la sierra (49,5%), seguida de la Amazonia (44,4%), y en la cola está la costa (6,3%). Si a partir de estos mismos datos se realiza un ejercicio de disgregación por provincias, se identifica que las cinco provincias con más producción son: Sucumbios (14), Orellana (14), Pastaza (14), Imbabura (14) y Pichincha (13). Según nacionalidades, ocupan los primeros lugares: Otavalo (15), Shuar (13), Tsáchila (9), Kañari (8) y Huaorani (6) (León, 2010).

En los estudios sobre estas experiencias de producción audiovisual indígena, se observan representaciones que son más acorde a las realidades de los pueblos, donde se los posiciona como sujetos rebeldes, creativos, empoderados y con diferentes matices político - culturales. En este marco, las “narrativas audiovisuales son una reapropiación e inscripción de códigos significativos de su especificidad étnica como el idioma, la ritualidad, los personajes, los cuerpos, los territorios inmersos en procesos de cambios y negociaciones permanentes” (Muenala, 2016, p.10).

Siguiendo con este hilo argumental, León (2010) explica que las producciones audiovisuales de la serranía ecuatoriana (entre 1924 y 2009) se caracterizaron por abordar temas sobre la ritualidad, festividades y religiosidad; en un segundo momento, se registran producciones sobre la actividad artesanal y el desarrollo social.

En ese sentido, se observan y se traen a colación diversas experiencias de la producción audiovisual indígena. Por ejemplo, en el Cauca, Colombia, el pueblo indígena utilizó el video para la construcción de relatos históricos (rompiendo así la manera tradicional de hacer historia), producir nuevas voces, y fortalecer los procesos de resistencia cultural, circulación de saberes y autorrepresentación (Unigarro, 2010).

Sin embargo, la producción audiovisual indígena no se limita a los dos formatos antes mencionados. En la actualidad, se vienen trabajando diversos formatos: revistas audiovisuales, periodismo audiovisual, cortometrajes, telenovelas, *sketchs* humorísticos televisivos, grabación de matrimonios y videos musicales. El pueblo indígena va consolidando, así, sus propios discursos, dispositivos y tecnologías para mostrar sus formas específicas de ver el mundo, su habilidad y sus conocimientos, y colocar sus propios temas en agenda. A todas estas incursiones en lo audiovisual, se las ha denominado "medios indígenas" o "medios imperfectos" (Ginsburg, Salazar citados en Córdova, 2011).

El videoclip, en este sentido, es un producto que se puede ubicar dentro de lo que se considera el video indígena, pero está enfocado en la ficción y el entretenimiento. El desarrollo de este tipo de productos, que no poseen literalmente contenidos ideológicos, no ha sido el interés de los investigadores. Sin embargo, en este estudio se considere que la ficción audiovisual es un instrumento valioso y poderoso para transmitir ideología, y también está relacionado al ámbito político (Castells, 2003), aunque no de manera evidente. El mero hecho de tomar una cámara y presentar temas desde su punto de vista, hablando en idioma *kichwa*, se convierte en una acción política (Muenala citado en León, 2016). Precisamente eso es lo que están haciendo los productores de videos musicales.

Para cerrar este acápite, se traen a colación las palabras de León, que se refieren al video indígena en general, pero bien podrían ser utilizadas para reflexionar sobre el videoclip musical. El autor menciona que "el video indígena se transforma en una forma de mediación,

conjuro e invocación de la pluralidad de mundos, seres y espíritus más allá de las jerarquías del pensamiento moderno-colonial” (León, 2016, p.41).

## 2.4. EL VIDEOCLIP MODERNO

### 2.4.1. Origen del videoclip

Illescas (2015) menciona que el origen del videoclip tiene cuatro fuentes principales: “la actuación en directo, el cine musical, los videos experimentales y, sobre todo, la publicidad comercial” (p.45).

El contexto tecnológico y comercial donde se podría ubicar el origen del videoclip es el desarrollo de la televisión y la señal vía satélite. En ese momento histórico, cambia el consumo de televisión porque es el primer momento en que el consumidor elige qué mirar (Viñuela, 2008), es decir, nace la televisión a la carta. “La popularidad y relevancia adquirida por el videoclip a principios de los ochenta tuvo consecuencias en la consideración de este género audiovisual y de los agentes que participan en su elaboración” (Ibid., p.238).

Para algunos investigadores (Viñuela, 2004), el origen del videoclip está en el cine; por esa razón, sus reflexiones y análisis parten de las teorías cinematográficas, psicológicas y sociológicas, pero se enfocan en la imagen y dejan en un segundo plano a la música.

Según algunos autores (Rodríguez y Aguaded, 2014), el primer videoclip sería “*Paperback Writer*” de The Beatles en 1966. Para otros, “el videoclip comercial contemporáneo se estrenó en 1975 con el *Bohemian Rhapsody* de Queen en el programa *Top of the Pops* de la BBC” (Illescas, 2015, p.49). Según Tarín (2016), la producción de “*Thriller*” de Michael Jackson, lanzado en 1982, sería el primer videoclip de tipo narrativo.

Desde otros puntos de vista, sería “*Video Killed The Radio Star*”, de la banda británica The Buggles.

Pedrosa (2016) menciona que el desarrollo de la televisión y sus programas musicales sería fundamental para la consolidación del videoclip, por ejemplo *MTV*. El avance de la televisión por cable posibilitó la creación de nuevos espacios y permitió llegar, así, al público joven de esa época (Caro, 2011). Dentro de este marco, hay que advertir que la cadena *MTV* cobró mucha importancia para la industria discográfica, pero en una relación de mutuo entendimiento, es decir, si bien la cadena de televisión dependía del mercado musical, la televisión imponía sus propios criterios (como el tiempo de duración) para difundirlo (Londoño, 2017).

En los primeros años de *MTV* y su posterior consolidación, se observaron videos musicales más artísticos, abstractos y conceptuales, principalmente de grupos de *heavy metal* de los Estados Unidos. Con este tipo de prácticas se anunciaba a los jóvenes que la experiencia de escuchar música ya no sería la misma (Caro, 2011): la música estaría para escucharla y también para verla.

Asimismo, en la producción de los videos musicales, los directores audiovisuales adquirieron mayor importancia y prestigio. Toman relevancia, por ejemplo, los nombres de Michel Gondry, Chris Cunningham, Spike Jonze, Anton Corbijn, Floria Sigismondi, Todd Haynes, Dougal Wilson, Andrea Arnold, por mencionar algunos de los más representativos.

Cuando *MTV* cobró fuerza, muchos artistas de reconocido prestigio eligieron aquel canal para promocionar su música, llevándola a millones de personas.

La *MTV* crearía incluso una nueva estética televisiva con el comienzo de las transmisiones de videos musicales, la denominada <<estética *MTV*>>, caracterizada

por el uso de planos breves, rechazo de la narrativa tradicional, efectos de zapeo, ritmo compulsivo de las imágenes, estética del collage, etc. (Márquez, 2015, p.111)

Sin embargo, la cadena, si bien sigue muy relacionada al ámbito de la música, con el pasar de los años fue desplazando al videoclip a un segundo plano, reemplazándolo con otros contenidos (más o menos relacionados a la música) (Caro, 2011). “Esto coincide con un momento de cambio en la industria musical y en los medios de comunicación en general ante la consolidación del uso del internet” (Ibíd., p.135).

En la actualidad, el lugar donde se alojan y se reproducen los videoclips son las plataformas de internet, con *YouTube* a la cabeza. “Si la televisión musical podía ser considerada como una radio de imágenes, las plataformas de video *streaming* permiten que el usuario pueda hacer de esta radio una emisora a su medida, con todas las ventajas que eso conlleva” (Caro, 2011, p.135). Al mismo tiempo, existen propuestas más innovadoras en la creación del video musical, ya que el videoclip dejó de estar condicionado por lógicas preexistentes, como los códigos y las reglas de la televisión, lo que posibilitó que gane mayor terreno hacia la exploración.

#### **2.4.2. El videoclip en la red**

Se ha evidenciado, hasta aquí, que el videoclip es un formato adaptable para algunos fines. Se trata de un formato de los tiempos modernos y asociado a los jóvenes (Grijalba, 2011). Eduardo Viñuela (citado en Grijalba, 2011) opina que es un producto muy propio de la posmodernidad donde todo cabe y todo vale. Hay que tener en cuenta, como se mencionó anteriormente, que el videoclip nació en la televisión, alrededor de los años 80 y 90, impulsado con fuerza por canales como *MTV*, pero a partir de la última década se ubica en

las plataformas y redes sociales en internet, donde los jóvenes consumen, distribuyen y participan (Viñuela, 2013).

En ese sentido, el videoclip es un terreno de experimentación que convive entre nosotros desde ya hace varias décadas, pero con el perfeccionamiento de la tecnología digital y la mayor velocidad de internet ha tenido un repunte mucho más fuerte, porque ya no se somete a las reglas lineales de la televisión. Ahora, el producto audiovisual musical se puede dar el lujo incluso de “extenderse y no hacer coincidir la duración del video con la canción” (Pérez, Gómez & Navarrete, 2014, p.52).

Estos ejercicios de experimentación están asociados a otros temas, por ejemplo, la articulación de identidades culturales, la configuración de comunidades y la negociación de significados (Viñuela, 2013). En ese sentido, además de las funciones de visualizar la música y musicalizar la visión (Korsgaard en Sedeño et al, 2016), en el videoclip se pueden encontrar representaciones e imaginarios de muchos grupos humanos que componen la sociedad actual. En ese ámbito, sectores sociales ajenos a los discursos oficiales y desplazados por la fuerza del mercado, han encontrado en el video musical un espacio para mostrarse.

Si ahora es la red la que ofrece oportunidades de expresión, antaño la influencia del videoarte también aportó para que el videoclip adquiriera esas características de innovación y experimentación. Hay que recordar que el videoarte es “un campo donde el componente comercial es menos explícito y la función expresiva artística ha sido mayoritariamente reconocida” (Viñuela, 2008, p.240).

Grijalba (2011) menciona que en internet, el formato del videoclip es un lugar para la experimentación constante: “experimentación cercana a propuestas gamberras o algo *punks*<sup>23</sup>, cuando menos naif; mayor libertad de los directores para plantear su trabajo [...]”

---

<sup>23</sup> Cursiva en original

(p.57). Además, los videoclips en la red experimentan cambios que van más allá del formato. Sedeño et al (2016) mencionan que “el videoclip está adaptándose tan certeramente a las nuevas narrativas digitales, los fenómenos transmedia y en él se prueban los diversos VFX (visual efectos), que generan la industria de la postproducción y la composición de la imagen” (p.335).

En esta línea de reflexión, Grijalba (2011) apunta: “afortunadamente la fuerza titánica de la Red está para demostrarlo: el discurso del videoclip se escribe en presente, está vivo, necesita de un constante análisis, y no renuncia a seguir apostando por la investigación” (p.61). Es así que, a pesar de que la gran mayoría de producciones responden a cánones establecidos por la industria y el mercado, también existe la oportunidad de generar experimentación. Pueden funcionar como ejemplo algunas producciones de la banda Calle 13, como el tema “Guerra”.

En el análisis de Luis Nogueira (2014), “Chris Cunningham: entre videoclip y cortometraje, entre narrativa y alegoría”, se expresan algunas ideas sobre el videoclip. Si bien el autor hace referencia exclusivamente a la obra de Cunningham, algunas descripciones e ideas pueden extrapolarse al análisis de todos los videoclips, como la sugerencia de poner atención en el montaje y en los indicios narrativos, ya que esos elementos ayudan a la experimentación de los creadores o artistas.

Cuando hablamos de videoclip, desde la visión de Nogueira (2014), “no se trata tanto de una unidad orgánica y sistémica aristotélica convencional, sino de un esquema diegético basado signos e indicios” (p.97), es decir, si bien hay elementos que podrían indicar la existencia de una narración básica, los personajes, los hechos o los ambientes funcionan simplemente como anzuelos. En otras palabras, hay reconocimiento de una narrativa, pero como algo muy superficial, dinámico y frenético.

Dejando al margen a la narrativa, los videoclips actuales, según Noriega (2014), apuntan a la alegoría y a la presentación de imágenes abstractas, formas visuales atractivas, incitando al impacto visual para provocar asombro en la mirada del espectador.

Aunque se ha reflexionado sobre el carácter comercial del video musical, no cabe duda de que se trata de un producto versátil, no sometido por completo a las leyes del mercado. Puede servir a objetivos de *marketing* y publicidad, pero eso no anula su capacidad de innovación y experimentación con respecto a otros formatos. Así, hay que entender que “la naturaleza ecléctica del videoclip, que acapara multitud de antecedentes artísticos y culturales, y su nombrada amalgama de televisión, música y objetivos publicitarios, lo coloca en el centro de numerosas corrientes de innovación audiovisual” (Sedeño, 2014, p.80). En este sentido, se convierte “en un símbolo de la *avant-garde* audiovisual, con gran componente de libertad formal y avance tecnológico, siempre haciendo uso de las técnicas más innovadoras y de las estéticas más estimulantes” (Rodríguez y Agueda, 2014, p.64). Finalmente, se podría considerar que “el videoclip permite a su creador plasmar su propia subjetividad cotidiana; no existe ningún tipo de reglamento, normativa o ley que censure o limite su creatividad” (Londoño en Morales y Luna, 2017, p.73).

Pérez (2011), por su parte, también hace referencia al tema de la experimentación:

El videoclip es una producción audiovisual definida a partir de sus objetivos, generalmente comerciales y común en muchos aspectos a la publicidad televisiva, colindante formalmente con elecciones estéticas cercanas a la vanguardia y la experimentación pero sometida a criterios de mercado muy estrictos que delimitan el acabado formal del producto. (p.581)

Habría que determinar, entonces, hasta qué punto el videoclip es producto de la experimentación y cuándo adopta las normativas del mercado que obligan a cumplir ciertas pautas, como duración, temáticas y estéticas. Rescatando las expresiones de Pascual (2011), el videoclip, en esencia, encierra el concepto de “libertad de montaje y planificación” (p.72), a pesar de que existan fuerzas del mercado musical que quieran imponer sus criterios.

En cambio, para Tarín (2016), con la migración de la televisión a la red, se pueden detectar formas narrativas seleccionadas por los usuarios de internet en cada uno de los videoclips que observan. La autora expresa que, en la actualidad, la capacidad de promoción o la función publicitaria del videoclip ha quedado relegada a un segundo plano, pero su capacidad de entretener se ha hecho más fuerte porque los formatos audiovisuales están al alcance de la mano para ser consumidos en cualquier momento (Tarín, 2016).

Otra entrada a la reflexión sobre el videoclip actual es observar su característica hipertextual. Esto hace referencia a que existe una convergencia entre textos, imágenes y sonidos, pero además, significa que cada usuario crea un recorrido o experiencia propia de consumo (Pascual, 2011). El videoclip de esta época debe propender a la participación, la interactividad, ser simple o minimalista, u ofrecer elementos performativos, para así captar la atención respecto a otros formatos audiovisuales (Sedeño et al, 2016). Este nuevo producto ha sido catalogado como *videoclip interactivo*.

### **2.4.3. Características del videoclip en la actualidad**

Desde la perspectiva de Nicolás Grijalba (2011), estamos en la tercera revolución del videoclip. El desarrollo de la red y las transformaciones del consumo en la sociedad de la

información ha provocado que los medios y sus formatos experimenten nuevas formas de expresión. “Internet es el plasma dinámico donde experimentar y estrenar los nuevos formatos y fomentar al espectador-consumidor para acciones tales como interactuar, criticar o copiar” (Grijalba, 2011, p.50).

Buscar una definición común sobre las características del videoclip resulta complicado, y tampoco es el objetivo de esta investigación. Lo que sí se quiere mostrar es la diversidad de definiciones y metodologías de análisis que existen respecto a este tema, que es producto, también, de la herencia híbrida que subyace en su interior, pasando por campos como el videoarte, la publicidad y el cine (Rodríguez y Aguaded, 2014).

Uno de los primeros rasgos distintivos del videoclip, en el que quizá haya cierto acuerdo, es su corta duración. La brevedad puede estar determinada directamente por el tiempo de la canción. No obstante, hay videos musicales que no obedecen completamente a esta lógica.

Según Selva (2012), los elementos a tener en cuenta son: “la velocidad y el ritmo de la combinación de imágenes, los ciclos y las repeticiones (reiteradas y variadas) acumulativas, se encuentran determinadas por la estructura de la canción y por elementos formales como la melodía, el ritmo y el tempo” (p.187). Otras características a considerar son: la parodia, la cita de otros medios, la intertextualidad, la yuxtaposición, el *collage* audiovisual (Gómez-Alonso en Rodríguez y Aguaded, 2014). Sin embargo, “esto no debe confundirse con la existencia de unas reglas estrictas de conversión de la música en recursos visuales, ya que estos variarán notablemente en cada caso concreto” (Armer citado en Selva, 2012, p.108).

Chio (citado en Selva, 2012) expresa que:

[...] el videoclip es una combinación de sincronización y desincronización, ya que coexisten “unos p.d.s. [puntos de sincronización] extremadamente nítidos, en los cuales la relación de sincronismo está muy armada, con una muy elevada desincronización en otros instantes y una libertad total de los movimientos de la imagen en relación con el sonido”. (p.109)

Se evidencia, así, que al interior del videoclip existen momentos donde hay una clara relación entre el ritmo y las imágenes, dando la sensación de unidad sincrónica, pero no siempre se da de esta forma, es decir, hay videos musicales donde existe total desincronización entre la parte visual y la musical.

Cuando no existe, en apariencia, esa relación entre lo visual y lo musical, surgen preguntas sobre cuáles son los objetivos del videoclip. En ese sentido, se podrían colocar las palabras de J. Rodríguez (2014), cuando afirma que el videoclip no pretende comunicar ningún mensaje, “sino de excitar los sentidos y provocar emociones” (p.188). O, como diría Lipovetsky (2004), se busca la sobreexcitación a través de las pulsaciones visuales. Vernier (citado en Pascual, 2011) menciona que:

Una sola palabra de orden: rápido. La velocidad de la imagen se vuelve pulsación visual. La profundidad de la imagen cinematográfica se borra en beneficio de la superficie, la pantalla del clip es como una terminal informática, una superficie de inscripción de elementos visuales. La imagen-movimiento se vuelve imagen-velocidad. Nada de tiempos muertos, una puja intensiva, una aceleración del ritmo. Colmar los vacíos de la imagen para colmar el espectador. (p.73)

En relación a esta última cita, la velocidad que imprime el videoclip hace pensar que la fugacidad no cumple ninguna función, y que su instantaneidad solo es una invitación superficial a mirar la pantalla. En ese sentido, el videoclip actual se “convierten en el mensaje o formato audiovisual más definidor de la cultura posmoderna, un modelo de objeto cultural, porque a través de él gran parte de la población consume y experimenta la música pop y rock” (Pérez, 2011, p. 596). El videoclip sería el producto estrella de la “*cultura express*” (Lipovetsky, 2004) posmoderna.

En cambio, Eduardo Viñuela (2008) argumenta que “el vídeo musical se ha erigido como uno de los géneros audiovisuales con mayor capacidad de adaptación a los múltiples contextos en los que se ha desarrollado y a los diferentes significados que le han sido atribuidos” (p.236). Una posición contraria a Jean Marie – Vernier, a quien se citó más arriba, que no cataloga bajo ningún movimiento (como la cinematografía, el videoarte, cortometraje, etc.) al video musical, más bien lo considera como un producto que no obedece ningún lineamiento general, siendo bastante libre.

A partir de todo lo mencionado, se evidencia un primer problema: ¿hay alguna forma de estudiar una estructura donde prima la velocidad, la instantaneidad y la fugacidad? En vías de contestar esta pregunta, Viñuela (2008) expresa que el análisis del videoclip podría orientarse a conocer su estructura narrativa, sus funciones comerciales y las críticas de éste en comparación con el cine o videoarte (géneros respetados y con tradiciones de análisis legitimados por la comunidad científica).

Asimismo, Grijalba (2011) realiza su propia caracterización del videoclip actual afirmando que: “La mayoría de los videoclips están pensados para el consumo inmediato en páginas webs, portales y redes sociales, el neo-espectador requiere de viejas formas reformuladas, pensadas exclusivamente para el consumo (casi) privado, para la sorpresa permanente” (p.50). Con esta definición se acerca también al campo de los factores de

recepción y consumo por parte de los nuevos consumidores de la música, que afectan directamente en la creación del video musical. En esta línea, las investigaciones podrían partir del análisis de la recepción o consumo de medios en las plataformas digitales.

Las reflexiones de M. Tarín (2016), en cambio, van en otro sentido. Para la autora, el videoclip actual tiene influencias de la estética y la narrativa del cine actual, pero tampoco ha podido mantenerse al margen de la influencia de los diversos estilos o formatos de una sociedad hipervisibilizada. Como consecuencia de ello, “es la imagen del exceso, la búsqueda del impacto a través de la exhibición espectacular de la realidad, la violencia y la confrontación directa e impactante con el horror” (Tarín, 2016, p.6). El tipo de videoclip al que hace referencia Tarín (2016) está más cerca de lo narrativo, a pesar de estar relacionado estrechamente con criterios de inmediatez y fugacidad, lo que da como consecuencia un producto mutante. La autora afirma que:

[...] se trata de un videoclip – cortometraje, un videoclip “mutado” que encuentra su mayor representación en las formas fílmicas y que se aleja de los parámetros de configuración habitual de este formato, como es la exaltación de la imagen y culto al cuerpo. (Ibid., p.7)

En la misma línea, según Sedeño (2014):

[...] como en otros fenómenos de la cultura popular, en el videoclip, texto audiovisual híbrido nacido de la confluencia de variadas tendencias tecnológicas y sociales, se cumple una regla clave: la “conexión entre música, marketing e imagen”, como en otros fenómenos de la cultura popular. (p.79)

Surge, así, un producto audiovisual de corta duración, muy preciso para estos días, donde el consumo cultural se ve obligado a ser superficial y fugaz.

J. Rodríguez (2014), por su parte, afirma que el videoclip dentro del género de la música *pop*, posee las siguientes características:

[...] como rasgos formales el ritmo rápido, la transición de planos similar a la toma directa televisiva, tipo de iluminación plana y uso de colores vivos. Dispone también que el tono general es alegre y desenfadado, con una estética basada en los códigos televisivos principalmente. (p.19)

Para ir cerrando este punto, se traen a consideración las características que explica A. Sedeño (2007, p.503):

- a) Tiene fines publicitarios: su objetivo principal y relativamente manifiesto es la venta de un disco, una canción o tema determinado y, más sutilmente, la imagen y personalidad de un grupo o de un solista. Aunque este tipo de formato nació íntimamente ligado con la publicidad, los grandes presupuestos que mueve permiten múltiples posibilidades de creación, así como la contratación de los mejores equipos técnicos. Ello ha hecho posible la consecución de otro tipo de logros: a través de él se crea ideología y modos de comportamiento, estereotipos sociales y referencias culturales y vitales.
- b) Es una combinación o mezcla de música, imagen (imagen móvil y notaciones gráficas) y lenguaje verbal (y excepcionalmente otras materias audiovisuales: ruido, silencio y diálogos). La idea de la que parte un videoclip resulta del intento

de asociar unas imágenes a una música siempre preexistente, anterior. Este constituye, sin duda, el rasgo particular que diferencia al video musical de las demás producciones audiovisuales, aunque eso no signifique que no sea imitado sistemáticamente por otras modalidades o formatos audiovisuales.

- c) Constituye un discurso específico, particularizado, que tiene su andamiaje en la especial relación que establecen imagen y sonido (música) en relación a unos fines publicitarios ya expuestos.

Las características que ofrecen las diferentes autoras (Sedeño, 2007; Rodríguez, 2014; Tarín, 2016) hacen visible la imposibilidad de definir con claridad el video musical. Por esa misma razón, no se evidencian referencias a metodologías específicas y legitimadas para su análisis. Las definiciones y caracterizaciones expuestas hasta el momento solo permiten inferir que los instrumentos de análisis tendrán que salir del campo de la televisión, el cine, la publicidad o la mercadotecnia

#### **2.4.4. Definiciones de videoclip musical**

Luego de revisar algunas características del videoclip musical, ahora es preciso definir o conceptualizar lo que se entiende cuando se hace mención a este producto audiovisual. En ese sentido, A. Sedeño (2014) explica que:

Considerando aún un tipo de texto audiovisual “periférico” para los estudios de comunicación (en contraste con el cine por ejemplo), se trata sin embargo de una formato de producción que encuentra en una zona privilegiada para abordar

cuestiones clave como la representación, la mutación de los agentes de emisión y recepción de mensajes audiovisuales, o la hibridación entre discursos experimentales marginales y los más integrados en la corriente *mainstream* de producción mediática. (p.79)

Por su parte, Durá (citado en Rodríguez, 2014) dice que videoclip “es una serie de realizaciones audiovisuales destinadas a fomentar el consumo musical entre los sectores juveniles de la sociedad” (p.132). En ese mismo sentido, se puede destacar “como rasgo principal, a su naturaleza audiovisual y a su esencia promocional, en particular, dirigido a un target de público joven” (Ídem).

Parafraseando a R. Gubern (1992), el videoclip musical se encuentra entre las vanguardias y la transgresión, se mueve entre lo establecido y la experimentación. Por esa razón, “recurre a los elementos estéticos preexistentes, que se encuentran sobre todo en el arte y en el cine, pero dichos elementos son deconstruidos en cuanto a convencionalismos, gracias a la libertad de la que goza el formato” (Gubern citado en Rodríguez, 2014, p.187).

Otra definición a destacar es la siguiente:

[...] el videoclip como una producción audiovisual condicionada por sus objetivos, generalmente comerciales, y común en muchos aspectos a la publicidad televisiva, colindante formalmente con elecciones estéticas cercanas a la vanguardia y la experimentación, pero sometida a criterios de mercado muy estrictos que delimitan el acabado formal del producto. (Pérez, Gómez & Navarrete, 2014, p.38)

Como se puede observar, ubica al videoclip ya no solo en sus espacios tradicionales, es decir, desde la televisión para insertarse en la red (plataformas virtuales y redes sociales),

sino también en el espacio físico de la cotidianidad de la gente. “En la actualidad los videoclips están ocupando nuevos espacios en tiendas, bares, estaciones de autobús o metro, gimnasios y hasta en pantallas de televisión colocadas en las calles y plazas de las grandes ciudades” (Viñuela, 2004, p.540). Todo esto va generando nuevos espacios de interacción, de consumo y de significado.

J. Rodríguez (2014), por su parte, menciona que entiende por videoclip a:

[...] un producto audiovisual y promocional de la industria discográfica que toma influencias directas del lenguaje cinematográfico, publicitario y de las vanguardias artísticas. Fruto de la era postmoderna, supone la traducción en códigos visuales de una canción mediante el uso de novedosas e impactantes técnicas digitales que pretenden seducir al espectador y que forjan una imagen de marca alrededor del cantante. (p.133)

Según Leguisamón (citado en Pedrosa, 2016), el video musical es:

[...] un producto insertado en una estrategia de comercialización que responde a la potenciación de la obra musical a través de una obra visual que se ensambla con la forma musical. Esta marca de nacimiento formal lo constituye como una música visual. (p.60)

Para Pedrosa, la definición de Leguisamón enfatiza “más al sentido publicitario de la obra audiovisual, por un lado, tildándolo de producto y, por otro, dejando claro que la misión del clip es la comercialización de la obra musical del artista en cuestión” (Pedrosa, 2016,

p.60). Con este criterio, en su opinión, solo se estaría mostrando la parte más funcional del video musical.

En cambio, Juan Antonio Sánchez (citado en Pedrosa, 2016), define al videoclip como *Imago Musicae*, y explica que este producto está “abierto por completo al experimentalismo plástico y siempre presta a la caza y captura oportunista del fragmento, la cita y/o la sugerencia capaz de establecer las apetecidas conexiones, interferencias y retroalimentaciones con el arte moderno y también con el histórico” (p.60).

Andrew Goodwin (citado en Pedrosa, 2016) define al videoclip como “la puesta en escena de la música, aunque es tan excesivo el énfasis a los componentes visuales en el clip que con eso se está olvidando sistemáticamente la música, subordinando al video-clip al género televisivo” (p.60). Esto llama la atención del autor porque “elimina la potencia de la música como generador de las motivaciones del realizador audiovisual para crear la puesta en escena de la que sale el concepto global del clip” (Ídem). En este sentido, opta por considerar al videoclip como subgénero sometido a los códigos de la televisión.

En el estudio que realiza Pedrosa se recogen, como quedó evidenciado, varias definiciones sobre el videoclip. Luego, a modo de síntesis, el autor recalca algunas características comunes que ha identificado. Considerando que éste es un producto muy propio de la posmodernidad, tiene los siguientes rasgos comunes a todas las caracterizaciones: “carácter publicitario, herramienta de marketing, sinestesia audiovisual, producto de la industria discográfica y creación intertextual” (Pedrosa, 2016, p.62). Una definición particular que ofrece el mismo Pedrosa (2016) es que se trata de una “creación artística audiovisual, intertextual y permeable, que busca la distinción promocional mediante morfologías y estructuras narrativas supeditadas, normalmente, a una canción preexistente” (p.67).

Sin duda alguna, el debate sobre la definición del videoclip no se agota con estos autores. Sin embargo, los citados hasta ahora ofrecen visiones variadas de las formas de entender y abordar el tema.

Otro de los debates que surgen es respecto a considerarlo un género o un formato audiovisual. Esa misma complicación la expresa Pedrosa (2016), quien dice que ubicar el formato del videoclip resulta aún más difícil que describirlo. Hay que entender que “un formato es un tipo de obra audiovisual delimitada por unas características muy precisas y, normalmente, está supeditado a sus superiores estructurales, género y medio” (Pedrosa, 2016, p.58). Decir que el videoclip posee un formato específico es algo complicado de sostener, incluso para el autor que se viene citando.

José Luis Sánchez Noriega (citado en Pedrosa, 2016) menciona que dentro de la televisión hay un estilo considerado musical, así “[...] el género musical propiamente dicho se plasma en cuatro formatos básicos: las retransmisiones y grabaciones de conciertos, el magazine musical, la revista musical y el videoclip.” (p.59). Pedrosa enfatiza que esta primera definición se acerca más a la idea de formato, porque se entiende

[...] como parte de una estructuración jerárquica en la que la televisión es su mayor contenedor sin tener en cuenta las posibilidades extratelevisivas [...], con lo que perdemos una de sus más apreciadas virtudes: la mutabilidad o hibridación y su consecuente capacidad intergénero. (Ibid., p.59)

Las conceptualizaciones que se han revisado casi siempre optan por definirlo como formato. Así, para Selva (citado en Pedrosa, 2016) se trata de “un formato audiovisual empleado por el sector fonográfico como herramienta de comunicación comercial, que se basa en la adición de imágenes a una canción preexistente” (p. 61).

En esa misma dirección se ubica la siguiente descripción:

[...] collage visual basado en la sincronización musical define un *formato*<sup>24</sup> dirigido a los sentidos y a lo superficial, que se apoya en la velocidad y en el cambio para dificultar la recepción del mensaje a un nivel más profundo. (Rodríguez, 2014, p.191)

Otros autores (Pérez, Gómez & Navarrete, 2014) también han considerado que el videoclip es un formato audiovisual de breve duración con elementos visuales de alto impacto. Es importante pensar sobre el formato porque implica que hay un proceso de reflexión y caracterización del objeto de estudio, y que a partir de esas diferentes miradas se dibujan, aún sin cierta precisión, los contornos y los límites de este tipo de audiovisual.

Vernallis (citado en Pedrosa, 2016) adopta una postura más radical, considerando que las definiciones que piensan al videoclip como formato no darían respuesta a los fenómenos que ocurren en los momentos actuales. En estos tiempos, el videoclip es interactivo, hipertextual, los productores ya no son grandes cadenas y surge la figura de un *prosumidor* que se convierte en creador y consumidor. Pedrosa (2016) recalca que la definición de Vernallis es muy general y muy anglosajona, y que dentro de ella pueden incluirse: videos realizados por móviles, videos musicales, videos domésticos, cualquier video colgado en internet, etc.

Finalizando este apartado, hay que advertir que la falta de acuerdos respecto a este objeto de estudio puede responder a diversos factores. Sin embargo, un primer elemento a considerar es la condición misma de un producto que no encuentra ubicación y se sale del margen de las tipologías audiovisuales catalogadas. Todo esto puede ser un peligro y una oportunidad. Peligro porque no hay tradiciones académicas fuertes que puedan validar los

---

<sup>24</sup> Las cursivas son nuestras.

procedimientos para su análisis y, por eso, los resultados de los mismos siempre pueden tener un estigma negativo. Pero también oportunidad, porque al no existir cánones establecidos, el investigador puede probar y proponer metodologías interdisciplinarias para aproximarse a la problemática. En ese sentido, Chion (citado en Pascual, 2011) menciona que:

Por lo general algunos intelectuales denostan el lado, seductor, dicen del clip, le reprochan el efecto estroboscopio de su montaje rápido. Y es que juzgan ese montaje en relación con los criterios cinematográficos habituales, los que prevalecen en un relato lineal, mientras que en el clip, es muy diferente, puesto que no se trata de un tiempo dramatizado. (p.76)

Para cerrar, se hace referencia a Sánchez-López, quien, a decir de Rodríguez, establece una de las mejores definiciones de videoclip, porque toca todos los componentes principales. La definición reza así:

[el videoclip como...] una creación audiovisual de vocación cinematográfica surgida al calor del mundo contemporáneo y el vendaval massmediático, un testigo excepcional de las expectativas e inquietudes de las subculturas y tribus urbanas, un reclamo consumista para la juventud en su calidad de soporte publicitario de los productos de la industria discográfica y un vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código 'ético' y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar, siendo también

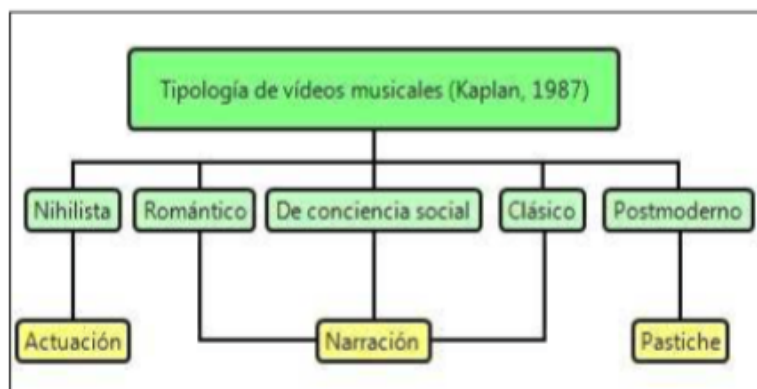
consecuentemente un documento antropológico polivalente, contradictorio y versátil. (Sanchez López citado en Rodríguez, 2014, pp.132-133)

En síntesis, en este subcapítulo se ha dicho que el concepto de videoclip está asociado al tema de las vanguardias, a la transgresión, a la exploración, al consumo, a la televisión, a la publicidad y al cine. Sin embargo, el tema del video musical no se agota en esos aspectos y tiene funcionalidades más allá de las mencionadas. Recogiendo algunos puntos de la última cita de Sánchez – López, nuestro objeto de estudio también se relaciona con las expectativas e inquietudes de la subcultura, la autoafirmación, una declaración de intenciones, la visibilización de una forma de vivir o un documento antropológico. Estos componentes hacen que el video musical sea un objeto de estudio complejo, pero con riqueza para el análisis e interpretación.



el artista o la banda musical) predomina la actuación y el cuerpo; y finalmente, el posmoderno (combinación de formatos y técnicas, remixes, etc.) se acerca al pastiche (Kaplan citado en Rodríguez-López, 2014).

**Figura 7.** *Tipologías de vídeos musicales según Kaplan.*



*Nota:* tomado de J. Rodríguez (2014)

La propuesta de tipología de A. Sedeño (2007), en cambio, los separa en tres grupos: *narrativo, descriptivo y descriptivo narrativo:*

- Narrativo: en los que pueden vislumbrarse un programa narrativo. Algunos poseen desarrollos muy convencionales: a veces el cantante es el protagonista de la historia, mientras canta o baila. Esto ya ocurría en un precedente claro del clip: la película musical *Qué noche la de aquel día (A Hard Days Night, Richard Lester, 1964)* de The Beatles. Estos microrrelatos suelen poseer las características propias de un film: marcadas elipsis, flujo continuo y transición transparente entre imágenes; *raccord*; fundido a negro como elemento de puntuación espacio-temporal o separador de bloques [...]

- Descriptivo: no albergan ningún programa narrativo en sus imágenes, sino que basan su discurso visual en unos códigos de realización y de reiteración musical visual, similares al del spot televisivo y más útil para sus objetivos seductores.
  
- Descriptivo-narrativo: es una mezcla de los dos anteriores. En ellos suele existir un nivel diegético, de la historia, y otro nivel en el que simplemente se ve al cantante o grupo actuando en un escenario más o menos extravagante, o en cualquier otro sitio. Éste es el tipo de videoclip que suele elegirse cuando se desea representar algún tipo de argumento temporal con un desarrollo narrativo muy reducido y constreñido. (p.500)

Ahondando en la definición del videoclip descriptivo, se puede mencionar que está “configurado la mayor parte de las veces como una interpretación del tema musical o como una sucesión de imágenes más o menos atractivas para mantener la atención del espectador, no tiene por intención el desarrollo de un relato” (Pérez, Gómez & Navarrete, 2014, p.54).

A. Sedeño (2007) también indica que, siguiendo conceptualizaciones más tradicionales y críticas, se podría realizar la siguiente clasificación: *dramático o narrativo, musical o performance, conceptual y mixto*. A continuación, se explican en detalle:

- Dramático o narrativo: aquellos en los que se presenta una secuencia de eventos donde se narra una historia bajo la estructura dramática clásica, en los cuales la relación de la imagen con la música puede ser lineal (la imagen repite punto por punto la letra de la canción), de adaptación (se estructura una trama paralela, a partir de una canción) y de superposición (se cuenta una historia que puede funcionar

independientemente de la canción, aun cuando en conjunto provoque un significado cerrado).

- Musical o *performance*: la banda icónica únicamente es testigo del hecho musical, ya sea en concierto o estudio, o bien consiste en una ilustración estética de la melodía, con lo que únicamente adquiere un carácter escenográfico sin hacer referencia a nada más. La meta es crear cierto sentido de una experiencia en concierto. Videos orientados al *performance* indican al espectador que la grabación de la música es el elemento más significativo.
- Conceptual: se apoyan sobre la forma poética, sobre todo en la metáfora. No cuentan una historia de manera lineal, lo que hacen es crear cierto ambiente o estética de tipo abstracto o surrealista. Puede ser una secuencia de imágenes con un concepto en común, en colores o formas que, unidos por la música, forman un cuadro semiótico que expresa el sentir de la música, no precisamente la letra de la canción. Tanto los videos *performances* como los conceptuales son una especie de subclasificación de los descriptivos.
- Mixto: es una combinación de alguna de las clasificaciones anteriores. (Sedeño, 2007, pp. 500-501)

Otra categoría sería la *experimental*, que está relacionada a producciones vanguardistas donde prevalece la idea de un *collage* de imágenes. Generalmente son formatos arriesgados, producciones de bajo costo y con carácter surrealista (Grijalba, 2011).

Asimismo, J. Rodríguez (2014), luego de revisar las taxonomías de autores como Kaplan, Picard y Sedeño, ofrece la siguiente clasificación: *videoclips narrativos* y *videoclips performativos*. El primero se bifurca en *narraciones internas* y *narraciones externas*. El

segundo tiene dos subcategorías: *Stage* y *Studio*. En la siguiente tabla se describe cada una de ellas:

**Tabla 21.** *Tipología de videos musicales según Jennifer Rodríguez.*

Videoclip narrativo	Videoclip performativo	
	Stage	Studio
Existe un relato o historia	Imágenes editadas desde el escenario de diversos conciertos.	Dentro del estudio de grabación.
	Carácter festivo, jovial y desenfadado del artista/as.	El escenario es una simple decoración.
	Menor esfuerzo creativo.	Se centra en la interpretación.
Narrativa interna	Mixed	
El relato es interpretado por el artista, es protagonista.	Combina, en mayor o menor medida, elementos de todas las anteriores.	
Rol de actores.		
Aparece parcial o totalmente en escena.		
La canción no está necesariamente relacionada con lo visual.		
Narrativa externa		
El relato es ajeno a la banda.		
La banda no aparece en escena.		

*Nota:* elaboración propia en base a J. Rodríguez (2014).

Otra tipología para los videoclips es la que ofrece Andrew Goodwin. Según este autor, la principal diferenciación entre los videos musicales se establece a partir de tres

conceptos: *ilustración* (cuando la letra de la canción coincide con lo visual), *amplificación* (se concentran en una idea, tema o sensación de la letra de la canción y se reitera varias veces a lo largo del video musical. La alusión puede ser directa o indirecta), y *disyunción* (cuando no existe ninguna relación entre la canción y lo visual) (Goodwin citado en Sedeño et al, 2016).

Finalmente, se consideran relevantes las afirmaciones de J. Rodríguez (2014) sobre la actualidad del videoclip:

- El tipo de videoclip más frecuente en la actualidad es la de tipo narrativo.
  - Los videos narrativos requieren de mayor coste que los videos performativos y de un mayor despliegue técnico y creativo.
  - De tipo performativo actúan como mecanismo seductor y como recursos evidentes para la promoción de los artistas.
  - A lo largo de la carrera de un artista es frecuente encontrar todos los tipos de clips.
- (p.201)

Por lo dicho, la presente tesis se enfocará en entender la dinámica de los videos musicales de estilo narrativo - descriptivo. El motivo de elección de esta tipología está explicado en la sección de la metodología. A continuación, se profundizará con mayor detalle en el video musical narrativo.

#### 2.4.5.1. El videoclip narrativo

Esta categoría se aleja de aquellos videoclips considerados como *anarrativos* (abstractos o descriptivos, según las tipologías explicadas anteriormente). Se fundamenta en

la utilización de recursos cinematográficos como el drama, los diálogos, los sonidos (por fuera de la canción), y la utilización de planos más largos. Se distancia, así, del estilo de videoclip frenético (Tarín, 2016), ubicándose más cerca del cortometraje y otras estructuras cinematográficas.

En ese sentido, Pérez-Yarza (1997) menciona que:

Esto no quiere decir que la creación de un videoclip constituya un trabajo de denotación; al contrario, se trata de un fenómeno fundamentalmente subjetivo, basado en la connotación, y en el que el trabajo creativo del realizador juega un importante papel. (p.85)

A pesar de que dentro de este estilo existan elementos narrativos, el relato tiende a ser débil. Es decir, los personajes, los ambientes y las situaciones aparecen tan rápido en pantalla que es imposible comprender el mensaje o el móvil de la narración en una primera visualización. Según Vernallis (citado en Caro, 2011) algunos videoclips:

[...] incorporan un final con apariencia trascendental, aunque ambiguo, lo que hace que el espectador desee volver a verlo en busca de aquellos detalles que no descubrió o asimiló en el primer visionado y que le podrían ayudar a aclarar su significado. (p.137)

Lo interesante del *videoclip narrativo* es su relación con las narraciones fílmicas contemporáneas y, sobre todo, aquella capacidad que tiene de enviar a un segundo plano lo netamente promocional o publicitario (Tarín, 2016) para concentrarse en el relato. Una primera característica, entonces, sería que el relato predomina sobre la canción o los artistas.

Como afirma Tarín (2016), “el videoclip narrativo construye así historias más o menos complejas tomando como referencia los temas, personajes y recursos expresivos del cine actual, compartiendo con éste su modo de narrar y su capacidad de emocionar” (p.16).

¿Para qué crear un relato en un espacio muy corto? Un primer intento de responder a esta pregunta, según Caro (2011), es “crear una mitología que sirve de base para la construcción del estrellato del cantante pop” (p.137). Además, Goodwin (citado en Caro, 2011) explica que otro objetivo de lo narrativo en un videoclip podría ser “matizar el significado de la canción a través de la elaboración de una situación ficticia concreta que contextualice sus elementos líricos y abstractos” (p.137).

Según Tarín (2016), la evolución del videoclip narrativo responde a una hibridación entre dos formatos: el filmico y el videoclíptico; por ejemplo, a criterio del autor, *Thriller* de Michael Jackson (1982) sería el primer video musical donde se entrecruzan la narrativa y la musicalización de las imágenes. Es así que, “se trata de un acercamiento entre los dos formatos que ha propiciado que el videoclip narrativo se perciba como una producción más similar a un cortometraje que a productos publicitarios” (Tarín, 2016, p.17).

En este sentido, el videoclip narrativo es un formato híbrido entre un videoclip frenético, un cortometraje y un formato cinematográfico, que privilegia la historia y no su función promocional (Tarín, 2016). Sin embargo, hay que volver a insistir en que el relato es débil si se lo compara con un cortometraje.

Así, Tarín (2016) establece una subcategoría, para expresar que el *videoclip filmico* es contenido por el videoclip narrativo: “Esta distinción, permite situar al videoclip filmico como una subcategoría del videoclip narrativo que se caracteriza por fusionar de manera orgánica una estructura filmica con un programa narrativo y con un acompañamiento musical” (p.19). La autora menciona, además, que “en el videoclip filmico, el artista puede aparecer como personaje de ficción integrado en el relato a la manera tradicional que lo hace

el cine” (Ibid., p.217). Con esta aclaración, la autora quiere diferenciar al video musical narrativo del descriptivo narrativo, donde la estructura narrativa convive con otra estructura en la que aparecen el cantante o el grupo musical. En el videoclip filmico, en cambio, existe exclusivamente un programa narrativo.

En ese sentido, Tarín (2016) concluye que:

En definitiva, tras explicar las partes de la narrativa audiovisual, se puede concluir que el videoclip narrativo como formato de interacción músico-visual que integra diferentes sustancias expresivas, se convierte en un firme candidato a ser objeto de estudio de la poética, por un lado, al construir un discurso basado en la espectacularidad y al mismo tiempo integrar la continuidad diegética; de la retórica, al tener este discurso una función persuasiva; de la estética, al establecerse una relación entre la forma y fondo para los fines que persigue [...] (p.53)

A pesar de que este tipo de videoclip se denomine “narrativo”, su análisis no resulta del todo sencillo: no se trata simplemente de la transposición de esquemas de análisis de la narratología o el cine; el ejercicio de reflexión resulta más complejo porque hay que tomar en cuenta elementos narrativos, visuales y musicales. Sin embargo, Tarín (2016) considera que a pesar de esa complejidad, si los videoclips mantienen estructuras cercanas al cortometraje, se podría aplicar un análisis filmico del videoclip. “Pero el videoclip narrativo y especialmente, el que podríamos llamar videoclip-cortometraje o videoclip filmico, parece que consigue reducir estos efectos gracias a la impresión diegética” (Tarín, 2016, p.60).

Recapitulando todo lo dicho hasta ahora, el videoclip narrativo se divide en:

- Videoclip descriptivo-narrativo

- Videoclip narrativo
- Videoclip narrativo – filmico

Al videoclip *descriptivo – narrativo* se “lo define como una mezcla entre el videoclip anarrativo y el narrativo” (Tarín, 2016, p.191). Es decir que no existe una estructura clara sobre la historia que se cuenta o, como explica Noguiera (2011), se trata de indicios de narrativa, acompañados con elementos abstractos.

El videoclip *narrativo* es un producto audiovisual “en el que puede vislumbrarse un programa narrativo” (Sedeño citado en Tarín, 2016, p.191), muy parecido a los cortometrajes.

La subcategoría del videoclip narrativo es el denominado videoclip *narrativo filmico*. Según la autora, las características determinantes de esta categoría son las siguientes:

- “Narraciones consistentes.
- Personajes con una motivación.
- Acontecimientos.
- Intensidad y progresión dramática.
- Densidad psicológica.
- Recursos expresivos cinematográficos” (Tarín, 2016, p.216).

Más concretamente, se puede decir que “en el videoclip narrativo filmico se desarrollan estructuras en las que existe un relato entendido como un conjunto de acontecimientos ordenados secuencialmente, protagonizados por sujetos, en cuya estructura existe un cambio de estado a través de la acción” (Tarín, 2016, p.216). Es decir, el protagonista cumple un objetivo. En esta tipología no existe la dictadura de la canción, más

bien se trata de una fusión con una estructura filmica, donde la música no necesariamente es la protagonista principal (incluso pueden existir sonidos por fuera de la canción que sean parte de la narrativa y que ayuden a entender el significado de la historia). En otras palabras, en este tipo de videoclip hay un trabajo más profundo de la estructura narrativa. Si bien es cierto que en el estilo descriptivo – narrativo hay un programa narrativo, se suele criticar que el relato allí resulta muy débil porque la historia comparte espacios con otros elementos descriptivos. Según esa explicación, el video musical filmico estaría en un nivel superior, ya que se concentra en la historia, lo que provoca que haya más tiempo y la posibilidad de trabajar en detalle elementos como: personajes, acciones y ambientes.

**Tabla 22.** *Diferencia entre videoclip narrativo y videoclip filmico.*

<b>Videoclip Narrativo</b>	<b>Videoclip Fílmico</b>
-Posee estructura de relato	-Posee estructura de relato
-Hay un protagonista que cumple un objetivo	-Hay un protagonista que cumple un objetivo
-Sometida a la música	-La música no es la protagonista

*Nota:* elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla n°22, otro elemento distintivo entre el video musical narrativo y filmico es la forma de tratamiento de la música que antecede a la producción audiovisual. En el caso del tipo filmico “la música tiene un lugar de primacía, en las escenas en las que hay diálogos, la voz adopta un lugar privilegiado, quedando la música de fondo por unos instantes o por el tiempo que dure la escena” (Tarín, 2016, p.240).

En cambio, en el videoclip narrativo, el proceso de elaboración del guion es muy similar a la creación y planificación de un cortometraje. Una particularidad a la que hay que prestar atención es que la escritura del guion y demás procesos creativos estarán sometidos

a la canción: “Su estructura se ajustará al tiempo de la canción a la que representa visualmente, siendo posible la inclusión de un prólogo o epílogo, o la existencia de ambos, que se suman al tiempo que dura la pieza musical” (Tarín, 2016, p.242).

En ese sentido, Selva (2012) apunta que “la música es la base del videoclip y, por tanto, también de sus imágenes. La unión de música e imágenes dará lugar a un conjunto sinérgico que recibe el nombre de videoclip” (p.113). No obstante, como se ha observado, el tratamiento particular de la música puede diferenciar el estilo del video musical.

Añadiendo complejidad, hay que señalar que no siempre se da la dictadura de la música en el videoclip narrativo; también hay casos donde lo visual es independiente de la música, o la música pasa a un segundo plano para dar paso a diálogos o sonidos que hacen entender un relato. En algunos casos, incluso, hay una interrupción total de la música para presentar un elemento dentro de la narrativa que permitirá la comprensión del relato (Tarín, 2016).

Para finalizar este acápite, cabe mencionar que, en un primer acercamiento a los videoclips de músicos andinos, se evidencian cada vez más videos de estilo descriptivo – narrativo y puramente narrativo. Sin embargo, no es la norma general de estos artistas, ya que hay mayor volumen de producción de videos musicales de tipo descriptivo y performativo.

#### 2.4.5.2. El videoclip musical contra hegemónico

En la sección correspondiente a la tipología de videos musicales, dentro de la propuesta de Kaplan (1987), se mencionó la definición del videoclip de *conciencia social*. En esta sección, se agrupa bajo ese término a distintos tipos de videoclips que no están directamente relacionados con las grandes industrias de la música.

Es necesario recordar que en el videoclip de conciencia social “además del mensaje estético y promocional del clip subyace un mensaje de tipo ideológico que define al artista y lo identifica con el grupo de fans de un modo más profundo” (Rodríguez, 2014, p.194). Costa (citado en Rodríguez, 2014) sostiene que “a partir de la segunda mitad de los ochenta muchos artistas descubren su potencial del videoclip como medio de expresión reivindicativa en cuanto a cuestiones políticas y de género, pero también referidas a otras libertades” (p.195).

Enmarcado en los criterios mencionados, se puede traer a colación el estudio de las investigadoras Rodríguez – López y Sedeño (2017), quienes realizan un repaso sobre la participación del videoclip en la defensa de las libertades sexuales y de género, y en contra de la guerra. Así, afirman que “el video musical se convirtió, casi desde sus inicios como formato audiovisual experimental, en un vehículo transmisor de mensajes sociales, culturales y políticos” (Rodríguez-López y Sedeño, 2017, p.8).

En este punto, cabe mencionar las diferencias entre un videoclip de conciencia social respecto a otras formas de video, como por ejemplo el videoactivismo. “El video musical, como formato publicitario inmerso en los medios de comunicación masivos, hace uso de los estereotipos por su comodidad y su fácil identificación, porque favorece el arraigo de estos en la sociedad” (Rodríguez-López y Sedeño, 2017, p.5). En cambio, el videoactivismo son experiencias que casi siempre están al margen de la lógica comercial. Además, las investigadoras mencionan que:

Los conflictos actuales son retransmitidos en directo de forma globalizada y sus consecuencias afectan de manera mundial. Por ello, el vídeo musical se hace eco de esta problemática haciendo uso de reivindicaciones políticas en su aparato retórico y seductor, a menudo en consonancia con la letra de las canciones que denuncia dichas

situaciones, promoviendo la conciencia colectiva. (Rodríguez-López y Sedeño, 2017, p.9)

En ese sentido, dentro del ámbito de la música existe un fenómeno o un sentimiento antisistema, que se muestra sobre todo en aquello que se ha denominado *música social* o *música protesta*. Sin embargo, dentro del circuito comercial, también se pueden encontrar algunos artistas que toman posturas explícitas respecto a ciertos temas como la violencia de género, la segregación racial, la guerra, etc. A modo de ejemplo, se pueden mencionar artistas y bandas musicales actuales como: Calle 13 (*Multiviral*), John Legend, Ivette Cepeda, Pearl Jam, U2 (*Ordinary love*), etc. “Mediante la figura del cantante como modelo de conducta se favorece la implantación de conciencias basadas en el antibelicismo, el pacifismo, la igualdad sexual y de género así como superación de las diferencias económicas y sociales” (Rodríguez-López y Sedeño, 2017, p.11).

La estética del videoclip de conciencia social se caracteriza por la “simplicidad y la concreción del mensaje solidario a través de los gestos de los artistas y la letra de la canción” (Rodríguez-López y Sedeño, 2017, p.9). De esta forma, se dejan al margen las propuestas más narrativas, siendo en su mayoría videos en los que priman los artistas interpretando sus canciones en vivo y los seguidores coreando esas letras de denuncia social.

Al reflexionar sobre los recursos que hacen tan poderoso al video musical, se considera la capacidad seductora de la imagen. “La combinación de la música con las imágenes, así como la inclusión de novedosas técnicas lo convierten en una herramienta perfecta de reflexión, de transmisión de ideas, pero también de manipulación” (Rodríguez-López y Sedeño, 2017, p.12).

Así, el videoclip de conciencia social también se ancla en la utilización de estereotipos y en el morbo para causar denuncia y atracción (Rodríguez-López y Sedeño,

2017). Por ello, utilizan imágenes que hacen alusión, real o ficticia, a acciones violentas para provocar en la mirada del espectador un rechazo hacia la injusticia, la fuerza y las incursiones armadas.

Otra reflexión respecto a la relación entre el video musical y una toma de posición en términos sociales, es la que brinda Illescas. Desde una visión crítica, fundamentada en el marxismo, en una entrevista ofrecida a “Antena 3”, el autor menciona que a mayor reconocimiento (poder de influencia o económico) de un artista, hay menor libertad en el componente creativo del videoclip. Además, sostiene que “en los videos musicales, como en cualquier otra mercancía de la industria cultural, la libertad creativa del director suele ser inversamente proporcional a la magnitud del capital invertido” (Illescas, 2016). En este tipo de artistas, las condiciones del mercado presionan hacia un tipo de producto inclinado netamente a lo comercial. Queda evidenciado, entonces, que en los videos musicales de mayor influencia comercial hay una elevada supervisión, mientras que los que están dispuestos para nichos específicos son más libres (Illescas, 2016).

Para Illescas, el arte puede ir más allá del capital y cumplir una función social. “El arte, aunque muchas veces se pone al servicio del capital, va más allá del mismo porque es consustancial a las necesidades estéticas del ser humano” (Illescas, 2016). En ese sentido, hace referencia a un tipo de arte que no nace para la contemplación sino para la movilización social.

Con todo lo explicado anteriormente, y hablando específicamente del territorio ecuatoriano, se pueden observar prácticas de producción de videos musicales contrahegemónicos, asociados a la resistencia en la lucha popular.

En Ecuador, en el 2019, el movimiento indígena lideró un levantamiento social en contra de las medidas económicas del régimen de Lenín Moreno, que duró once días de protestas callejeras, con el apoyo de la mayoría de las personas de la ciudad de Quito. En el

ámbito audiovisual, se observó el mismo apoyo simbólico de diferentes artistas indígenas, a través de la producción de videos musicales con mensajes de aliento al levantamiento popular.

En ese espacio y tiempo surgieron temas como “*Maki Maillay*” (en español: se lavaron las manos) (2020), del grupo Los Nin; “*Rikchari*” (en español: Despierta) (2019), composición perteneciente a un conjunto de músicos jóvenes indígenas; y “Ya hace 500 años” (2019), del cantautor Ángel Guaraca. Asimismo, otras canciones sirvieron de aliciente para las personas que resistían en la protesta social, pero no solo por parte de músicos ecuatorianos: el tema que sonó con fuerza en ese contexto fue “Justicia para Vivir” (2014), del grupo Chilla Jatun de Bolivia. Sin embargo, el himno de la resistencia indígena es la canción “Movimiento indígena” de la agrupación Charijayac, aunque no existe un video musical oficial de esa canción, sino que se encuentran videos artesanales creados por los usuarios ante la necesidad de mostrar la situación social.

Estas pocas referencias exhiben que el espacio virtual destinado a la producción y alojamiento de lo audiovisual aún sigue siendo un territorio relativamente libre donde se pueden expresar, mostrar y representar discursos de los grupos subalternos y periféricos. El videoclip contrahegemónico se ha convertido en el recurso con mayor visibilidad, versatilidad y viralidad para difundir mensajes de apoyo a las luchas sociales y de resistencia cultural. En el análisis de los videos musicales seleccionados para este estudio, se considerará cuántos de ellos se ubican dentro de esta categoría y cuáles son sus características más relevantes.

#### **2.4.6. Circuito de la producción del video musical andino**

Internet es un territorio de experimentación y apropiación de muchos sectores que han encontrado en este nuevo medio el espacio y las herramientas para la expresión de diversas manifestaciones culturales que salen de los cánones institucionalizados. A pesar de que las fuerzas del mercado van ganando espacios, la web sigue siendo, hasta el momento, el lugar de expresión por excelencia de grupos considerados subalternos o periféricos.

Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los documentales sobre lo indígena focalizan en una mirada externa que proyecta una visión lastimera y gris del indígena como sujeto sin agencia política, y se distinguen, sobre todo, por la ausencia total de la parte espiritual, el gozo y el disfrute, elementos que también dan sentido a la existencia del mundo indígena andino y muchas veces se dejan al margen. Por esa razón, la presente investigación sobre el videoclip musical andino viene a llenar ese vacío que existe sobre el indígena y su cotidianidad: el amor, la alegría, la burla, etc. Realizar un estudio sobre las manifestaciones culturales de los pueblos indígenas es, de una u otra forma, criticar los clásicos estudios concentrados en la humillación del indígena.

Para cumplir con el objetivo de ingresar al mundo cotidiano del indígena desde los estudios de la imagen, se pudo haber escogido diferentes productos (películas, series, entrevistas de televisión, telenovelas, programa de variedades, etc.), pero se considera que el videoclip evidencia de mejor manera los discursos de la vida cotidiana, aquellos que en general quedan fuera de los debates académicos, quizás porque pierden interés al no tener una relación directa con fenómenos políticos. Se intentará mostrar, en cambio, que es en la cotidianidad donde hay una expresión plena de la parte espiritual y emotiva del sujeto indígena. De esta forma, se estudiará un sujeto mucho más completo y complejo.

Hasta este momento, se desea defender la idea de “democratización de la información”. El acceso a la información ha permitido que los productores audiovisuales de la cultura andina puedan mirar y explorar diferentes sujetos y sitios; pero, sobre todo,

permitió una mirada sobre sí mismos, que representa un empoderamiento significativo en el afán de ir creando identidades dinámicas para un grupo humano. Se trata de un proceso que no se agota en una simple contemplación; lo importante es el paso que se ha dado hacia la creación de textos culturales como el videoclip, que representan una voz propia. En síntesis, el video musical conlleva una auto representación y auto referencia de lo que significa ser *runa*<sup>25</sup>.

En ese reconocerse a sí mismos, circulan y se entretajan diversas relaciones que provocan nuevos conocimientos, ya que la creación de productos audiovisuales responde a conocimientos y habilidades que no les son propios. Sin embargo, han podido aprovecharlos para mostrarse a través de ellos. Así, las casas productoras se vinculan con conocimientos de formación académica, a través del consumo audiovisual, producto de la interconexión global.

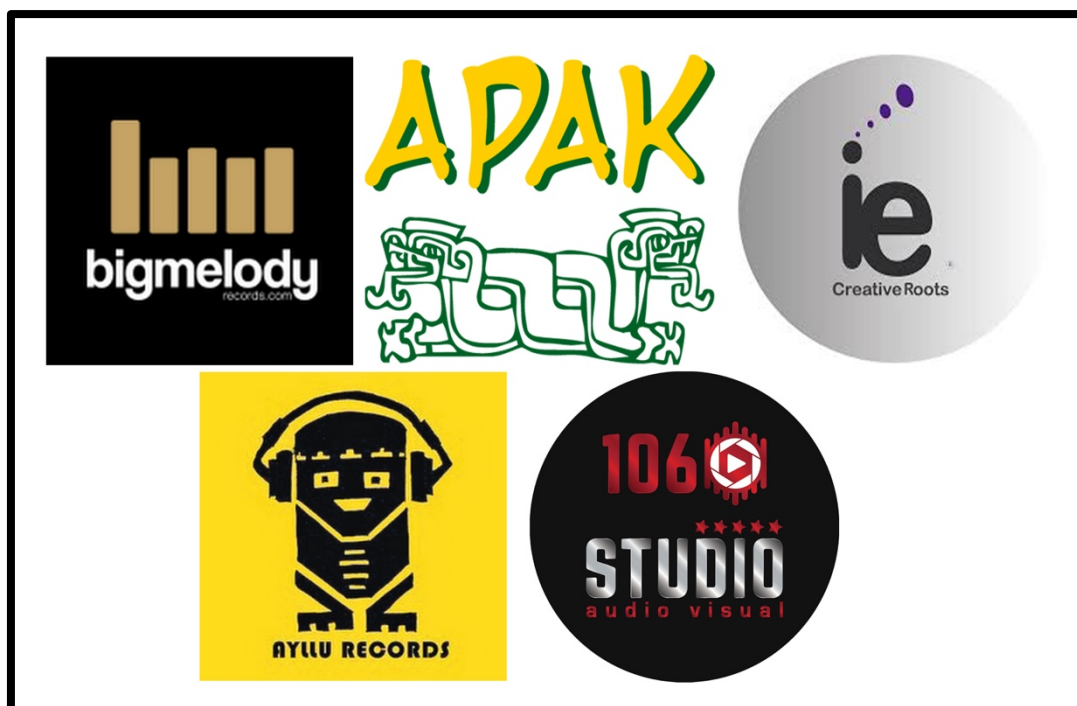
Dentro de este contexto han nacido diferentes productoras audiovisuales en la ciudad de Otavalo, que van incursionado en cine, documentales, cortometrajes, noticieros de televisión, revistas televisivas, telenovelas, videos musicales, etc. Se puede evidenciar, así, que el abaratamiento de los equipos de producción y la posibilidad de mostrar las creaciones a través de la red han provocado una verdadera explosión en el ámbito audiovisual indígena.

En el caso de Ecuador, cabe mencionar que los pueblos quichuas del norte son los que más han avanzado en este asunto. Algunas productoras son instituciones sin fines de lucro y son apoyadas por organizaciones extranjeras; otras son empresas privadas familiares. Se identifican en Otavalo: “Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas” (APAK), “*Ayllu Records*”, “*Big Melody Records*”, “*IE Creative*”, “*1060 Studio*”, entre las principales.

---

<sup>25</sup> *Runa*, desde el *kichwa*, significa el verdadero ser humano. Este término es utilizado para hacer referencia a las personas de las etnias andinas, pero solo se da desde el indígena hacia el indígena. En cambio, los términos de *indios* o *indígenas* son utilizados por los mestizos, y poseen significados peyorativos.

**Imagen 6.** Casas productoras de videoclips de la ciudad de Otavalo.



*Nota:* elaboración propia

Es necesario aclarar que no todos los artistas recurren a casas productoras para elaborar su videoclip, otros lo hacen bajo el mismo nombre de la agrupación musical, o simplemente lo producen para sí mismos. Sin embargo, en esta investigación se analizarán únicamente los videoclips de artistas de música andina que hayan sido respaldados por una casa productora local o internacional, dejando por fuera las producciones realizadas por la misma agrupación y/o sus seguidores.

#### **2.4.7. Publicidad audiovisual y videoclip musical**

De forma directa o indirecta, en las definiciones que se revisaron sobre el video musical, se ha hecho alusión a su función publicitaria. Por eso, es menester reconocer qué funciones publicitarias son propias de este formato audiovisual. Si se parte de la definición de publicidad, Omar Rincón (2006) dirá que:

La publicidad produce mensajes que generan evocación y provoca la mente del consumidor; trabaja sobre estéticas rápidas, efímeras, pero efectivas y valoradas por su relación al mercado; su comunicación se basa en la repetición. La publicidad es el mecanismo más potente para generar estilos de vida en nuestra sociedad. Atrapa, confunde, silencia, estimula y se agota. Si es una filosofía, lo es de lo instantáneo. (p.134)

Otro autor sostiene que “la publicidad construye una visión del mundo que es <<demencial>> y al mismo tiempo irresistible. Construye objetos cargados de mística que amenazan con ocupar nuestro futuro, proporcionar el objetivo para nuestro deseo” (Nichols, 1997, p.40).

Recurriendo específicamente a una definición sobre publicidad audiovisual, se entenderá que “la principal característica de la publicidad audiovisual es la presencia de la imagen (dinámica o estática) combinada con el sonido (palabra, música y efectos especiales)” (Rey, 2004, p.263). A partir de esta combinación surge el formato conocido como *spot* publicitario. En ese marco se puede decir que:

La preponderancia de la imagen sobre el texto es mucho más acusada en los spots que en las otras formas publicitarias, ya que el spot fundamenta toda su estrategia, primero, en imágenes cuyo poder de seducción es enorme debido a su gran facultad

de sorprender e impactar el receptor y, segundo, en la capacidad que poseen estas imágenes para generar las más diversas emociones y sensaciones mediante la combinación de recursos tales como la música, los efectos especiales o el tratamiento visual de la tipografía. (Rey, 2004, p.269)

Como indica Rey, la imagen se convierte en el principal elemento persuasor por su carácter icónico, es decir, que parece mostrar la realidad tal cual es. Partiendo de esa capacidad de la imagen, la publicidad audiovisual añade otro tipo de recursos para que el mensaje sea aún más concreto y persuasivo:

La imagen del lenguaje publicitario televisivo surge de la adecuada, armónica y coherente combinación de los diferentes recursos que el visualizador tiene a disposición: imagen en movimiento y estática, imagen en blanco y negro o cromática, texturas, volúmenes, luz, sombra, tiempo real, tiempo imaginario, efectos especiales, recursos cinematográficos. (Rey, 2004, pp.269-270)

La presentación y la combinación de la imagen resulta ser un recurso que apela a los sentidos y provoca diferentes reacciones. Además, dentro del *spot* publicitario subyacen lógicas internas que otorgan valor y mayor peso a la carga persuasiva. A continuación se revisan algunas de ellas, y más adelante se analizará si existen elementos que se relacionen particularmente con el videoclip. En ese sentido, algunas reglas que ha desarrollado la narrativa publicitaria según Rincón (2006) son:

- Ser más marca que producto: ya no se informa sobre las características físicas o funcionales del producto, sino sobre los valores, estilos de vida y comportamientos que se desencadenan cuando se consume el producto o servicio.
- Crear valor de mercado: las ideas que se presentan en las piezas publicitarias deben estar asociadas a productos con valores que la gente aprecia, estima o que estén legitimados por la sociedad. A través de la identificación y conexión de valores y personas, se podrá generar mayor impacto.
- Seducción: apelación a la parte emotiva a través de historias, anécdotas, originalidad en conceptos, situaciones humorísticas, etc.
- Poético: el lenguaje publicitario debe ser una poesía de lo efímero. Sus imágenes, texto, audio y efectos deben buscar armonía para provocar asociaciones originales en la mente de los consumidores.
- Tradición e innovación: se fundamenta en los mitos, ritos, valores, creencias, costumbres e ideologías de las personas; pero a su vez trabaja con toda la innovación que se permite dentro del campo de la comunicación publicitaria, para así llegar a un *target* específico.
- Expresión estética contemporánea: está siempre a la moda, no se aleja de las estéticas que dominan a la sociedad. De esa manera, busca formas, maneras, figuras, símbolos, iconos, etc., que la sociedad reconozca y admire.

- Desafiante y alegórica: la marca busca, de todas las formas posibles, la diferencia dentro de un ambiente plagado de mensajes similares. Solo siendo diferente y desafiante podrá mostrar y crear su nombre y su identidad.
- Multidireccionalidad del mensaje y sus receptores: no excluye, integra. Buscar dar un discurso de unidad entre grupos diferentes, a pesar de que el producto o servicio esté pensado para un grupo específico de personas.
- Preocupación por lo social: las marcas comerciales deben ser sensibles frente a los valores, sentimientos y pasiones de sus consumidores (citado en Farinango, 2017).

Con todo lo que se ha descrito sobre la publicidad audiovisual, cabe preguntarse: ¿hay alguna similitud o diferencia con el videoclip? Además, surgen otras preguntas como: ¿el videoclip musical es simplemente un artilugio de la publicidad?, ¿acaso el videoclip aparenta no ser publicidad, pero en el fondo lo es?, ¿qué tan importante se ha vuelto el videoclip en el sector de la música andina indígena?

La principal similitud entre la publicidad audiovisual y el videoclip es que ambos utilizan la imagen para persuadir. No solo venden productos, en este caso la música, sino que además el videoclip difunde la imagen de la banda, que está cargada de valores sociales y estilos de vida. Ambos son desafiantes, buscan los mejores recursos comunicativos - persuasivos para llegar a su público- objetivo. La diferencia principal radica en que, en la publicidad audiovisual, la parte musical-sonora se subordina a la imagen; mientras que, en el videoclip, la canción influye directa o indirectamente sobre el componente de la imagen, ya que la música es la mercancía a vender (aunque también hay versiones contrapuestas respecto a estas ideas).

Sedeño (2007), haciendo referencia a Moreno, menciona que el videoclip se asemeja mucho a la publicidad audiovisual en los siguientes aspectos:

- Discurso aplicado y extraordinariamente elíptico
- Predominio de la seducción sobre la información
- Finalidad persuasiva
- Sometimiento a la audiencia
- Subordinación consciente a las modas
- Duración breve
- Permanencia efímera
- Medios humanos y materiales múltiples
- Autoría compartida y subsumida a favor del anunciante
- Estilemas de marca por encima de las autoriales
- Constricciones múltiples. (Sedeño, 2007, p.494)

Con lo expuesto, se confirma que el videoclip tiene una función publicitaria. Así, en el sector de la música, las primeras funciones del videoclip serían la difusión del material discográfico (la canción) y la configuración de la imagen del artista (estética). Siguiendo esta idea, Rodríguez (2014) dirá que “el videoclip constituye una imagen de marca del cantante o de la banda que ejecuta la canción y su estética proporciona un estilo, un look, que será imitado por los consumidores y sobre todo por los seguidores/fans” (p.190). Cabe aclarar, además, que en la actualidad la presentación de una forma estética se realiza independientemente de si los artistas están o no presentes en el video musical (Viñuela, 2013).

Otros criterios afirman que el video musical es un vehículo para llevar contenido de entretenimiento a la población joven (Sedeño, 2014), en otras palabras, se lo considera como instrumento de mediación para vender discos (Saborit citado en Pascual, 2011).

Desde una posición crítica se encuentran las ideas de Jon E. Illescas. Para el autor “un videoclip es un cortometraje basado en el desarrollo de una composición musical previa que fundamenta el despliegue de un conjunto de imágenes, las cuales unidas a la música, dan lugar a un nuevo discurso estético” (Illescas, 2015, p.41). La descripción de Illescas se enfoca principalmente en el videoclip *mainstream*, creado por las grandes industrias del entretenimiento con sólidos capitales financieros. En ese marco, el autor explica que, para llegar a la masa de espectadores, el videoclip debe ser sencillo, un producto que sea fácil de interpretar y entender, como la imagen del artista, el álbum, las canciones o conciertos, y demás productos relacionados directa o indirectamente a la música (Illescas, 2015).

Para Illescas, los jóvenes son el principal grupo objetivo de los videoclips. El costo en las tarifas de televisión por cable, satélite, o las nuevas formas de consumir el audiovisual a través de la red convierten a los jóvenes en potenciales consumidores de este producto. “Allí donde los jóvenes se socializan, las estrellas de videoclip las esperan como compañeras inseparables de sus vidas, conformando sus gustos y sus valores. Tanto en el mundo *offline* como en el *online*” (Illescas, 2015, p.59).

Además, el autor otorga un notable poder de influencia a los videos musicales de las grandes industrias del entretenimiento. Menciona que afectan a la cosmovisión, la ideología de las personas y que los artistas que aparecen en pantalla se convierten en la referencia de los jóvenes. En ese sentido, considera que la industria del videoclip, más allá de ser un negocio lucrativo, busca imponer hegemonía cultural e ideológica (Illescas, 2015).

Como se logra observar, las ideas de Illescas parten desde una visión marxista y hacen alusión, sobre todo, a las grandes transnacionales de la música. En el caso del video

musical andino indígena hablar de imposición resulta complicado; en primer lugar, porque están en la periferia de la industria musical; y, en segundo lugar, porque es necesaria una reflexión (que no realiza este autor) sobre los modos de recepción de los públicos. Lo que se podría decir es que el video musical andino, a través de la publicidad, plantea ideas que entran en procesos de diálogo y contradicción, que a veces se cierran y otras veces quedan latentes.

Con lo dicho, se debe entender que el video musical “es un producto audiovisual integrado dentro de las industrias culturales subordinado a un objetivo comercial y adapta su configuración a las necesidades extradiscursivas del formato. La naturaleza promocional del mismo lo ciñe al logro de unos objetivos comerciales” (Pérez, Gómez & Navarrete, 2014, p.56). Además, Israel Márquez (2015) menciona que:

Gracias al videoclip los músicos podían ahora llegar a los hogares de millones de personas a través de poderosas imágenes en movimiento que promocionaban una nueva canción, un nuevo álbum, y que eran capaces de configurar todo tipo de estéticas, gustos y actitudes de las personas. (p.112)

Recopilando las descripciones hechas por varios autores, Sedeño (2007) establece para la caracterización del videoclip el término *mercanarrativa*, entendido como: “el conjunto de modalidades que fundamentan su naturaleza en su función de ser vehículos de objetivos y finalidades publicitarias y comerciales” (Sedeño, 2007, p.494). En otras palabras, se refiere a que la narrativa que existe en el videoclip se convierte en mercancía para vender la música de los artistas.

Para Sedeño (2007), la publicidad utiliza al videoclip como una de tantas fórmulas que existen para vender y promocionar dentro del mercado musical. Se trata de un tipo de

publicidad fundamentado en la industria del deseo a través de la propia música o sus intérpretes. Esta industria del deseo toma forma por medio de la seducción, a través de la presentación de historias, colores llamativos, movimientos de cámara, representación de rarezas y monstruosidades. Con ello, se busca la adquisición de valores, normas o comportamientos; en definitiva, el consumo de este tipo de productos se transforma en un símbolo de estatus social.

Sin embargo, hay que tener claro que Sedeño (2007) también está haciendo referencia a un tipo de videoclip más asociado a las grandes casas discográficas, con grandes presupuestos y directores de renombre, mientras que aquí las reflexiones deben ir en la dirección de caracterizar los videos musicales pertenecientes a los artistas independientes o populares, que no cumplen, la mayoría de las veces, con la lógica descrita sobre la industria de la música. En ese sentido, habría que reflexionar en qué medida el videoclip de los grupos periféricos cumple con las descripciones que se han realizado. En algunos casos, por ejemplo, se advierte que, al no contar con medios o agencias que trabajen de forma integral la comercialización de la música y demás productos de comunicación, el videoclip resulta el único producto de los artistas.

No se pone en duda que los videoclips que están más cerca de la producción artística independiente también hacen uso del formato de promoción y de la creación de una imagen de los artistas, pero se infiere que tal vez este tipo de producto podrá presentar otros elementos, que no solo hagan una apología al consumo desenfrenado, sino que traigan consigo otras cuestiones a considerar, por ejemplo, la consolidación de las identidades de las subculturas musicales como los rockeros, raperos, metaleros, entre otros (Márquez, 2015).

En la actualidad, el video está cambiando las estrategias publicitarias a la hora de comercializar la música. Si en una etapa anterior la producción del video musical, luego de

un tiempo de lanzar el disco, se concentraba en los temas que resultaban más exitosos, ahora la lógica parecería ser que por cada canción producida siempre deberá existir un video musical. Ya no se puede concebir una canción sin su complemento visual.

Aunque los artistas y las discográficas continúan produciendo en primer lugar el contenido musical y más tarde el visual como apoyo promocional, el balance está cambiando y la tendencia se escora el aprovechamiento de todos los formatos posibles (video expandido, fan video, versión breve, versión completa, etc.). (Sedeño et al, 2016, p.334)

Se hace mención a esta transformación de la práctica porque tanto los artistas de renombre como los principiantes siguen hoy esta lógica. La producción de una canción debe estar acompañada de un video musical, incluso cuando un grupo de música independiente produce una sola canción.

Retomando, el video musical de las grandes industrias tiene funciones publicitarias evidentes, por lo que se podría afirmar que es otro recurso, de tantos que tiene la publicidad, para realizar su trabajo. Sin embargo, cuando se hace referencia al video musical andino, hay que considerar si se aplican todas las caracterizaciones que se realizan sobre el clip musical en general. Si bien en los videos musicales de grupos subalternos o periféricos también se observan rasgos publicitarios, su función va más allá de ese objetivo, proponiéndose, por ejemplo, la configuración de identidades colectivas. En esos casos, entonces, el videoclip no es una imposición sino una elección, y se apela a un espectador que conoce los códigos culturales plasmados en la imagen en movimiento.



### **3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**



### 3.1. UNIVERSO

El objeto de análisis se puede organizar de diversas maneras. Se podría mencionar un macro-análisis (análisis amplio de obras de similar categoría), un micro-análisis (concentrado en una sola obra), un meso-análisis (conjunto limitado de obras) o un análisis comparativo (comparación entre dos obras) (Gómez Alonso, 2001).

En el presente estudio, el universo de la muestra es casi infinito, ya que en la web se pueden encontrar miles de videos musicales que las bandas de música andina han subido a las diversas plataformas (por ejemplo, *YouTube*). Por esa razón, es necesario seleccionar aquellos videoclips que mejor se adecuen a la investigación, y la tipología de video musical que mejor se adecue a los planteamientos del marco teórico y la metodología. Con este primer criterio, se realizará un recorte inicial de videoclips a analizar.

### 3.2. MUESTRA

En principio, la investigación había contemplado el análisis de los videos musicales de los diferentes pueblos y nacionalidades indígenas que existen en el Ecuador. Se buscó identificar un video representativo de cada pueblo indígena, pero no fue posible, ya que muchas de las producciones musicales no están acompañadas de producciones audiovisuales. Por otro lado, algunas obras de aquellos pueblos que sí apostaron por el video musical, no poseían elementos narrativos que analizar.

En ese marco, se encontraron videoclips con elementos narrativos y descriptivos producidos por las nacionalidades *kichwas* de Otavalo, Saraguro y Cañarís. Se definieron como muestra representativa veinte videoclips de música indígena andina de dichas zonas, según los siguientes parámetros:

- Solistas o agrupaciones musicales que sean autodefinidos como indígenas en la serranía del Ecuador (Otavalo, Saraguro y Cañarís).
- Solistas o agrupaciones musicales que hayan producido material audiovisual profesional o semiprofesional en los últimos cinco años (2015-2020). (Quedan afuera producciones hechas por *fans*).
- Artistas con trayectorias de al menos cinco años.
- Solistas o agrupaciones musicales que estén en el rango de edad entre 18 y 40 años.
- Se optó por considerar clips cantados en español y *kichwa*.

**Tabla 23.** Videos musicales que serán analizados en la tesis.

<b>n.-</b>	<b>Artista o Banda</b>	<b>Tema musical</b>	<b>Territorio</b>
1	Mana Maymanda	“ <i>Jahua Ñan</i> ”	Otavalo
2	Ñucanchi Ñan	“ <i>Kridayashka</i> ”	Otavalo
3	Grupo Achik	“Olvidarte”	Ecuador
3	Charijayac	“Nos vemos en la próxima vida”	Barcelona
4	Los Nin	“Unan las manos”	Cotacachi – Otavalo
6	Rina Cani	“ <i>Winiaypa</i> ”	Otavalo
7	Ñucanchi Ñan	“ <i>Shungo Chakishka</i> ”	Otavalo
8	Amauta Ñanpi	“Flor de mi corazón”	Pichincha
9	Rimay (parte 1)	“ <i>Kusayu</i> ”	Cotacachi
10	Rimay (parte 2)	“ <i>Rirkanki</i> ”	Cotacachi
11	Amarak	“Orgullosa encanto”	Saraguro
12	Los Ñucanchis	“Hilandería”	Saraguro
13	Grupo Amaru	“Te buscaré”	Saraguro
14	Yarina Bruselas	“Mandarina”	Bruselas
15	La Mafiandina	“ <i>Amarumi</i> ”	Otavalo
16	Azamakuna	“ <i>Tigramurkani</i> ”	Otavalo
17	Tuldupay	“ <i>Sisagu</i> ”	Otavalo

18	Charik	“Recuerdos”	Otavalo
19	Mana Maymanda	“ <i>Shuyashka Punlla</i> ”	Otavalo
20	Generación Runakay	“ <i>Kimsa Wuarmiyu</i> ”	Otavalo

*Nota:* Elaboración propia.

### 3.3. PROBLEMA Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

**Tabla 24.** Preguntas de investigación.

<b>Preguntas de Investigación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>¿Qué representa el audiovisual en la creación, estructuración y revitalización de las identidades culturales?</i></li> <li>– <i>¿Qué tipo de técnicas de análisis audiovisual existen para reflexionar sobre el videoclip moderno?</i></li> <li>– <i>¿Qué tipo de funciones cumple el videoclip moderno en nuestras sociedades?</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>¿Existe un videoclip de música andina indígena ecuatoriana?</i></li> </ul> </li> </ul>

*Nota:* elaboración propia.

### 3.4. OBJETIVOS

#### 3.4.1. Objetivos Generales

Estudiar las estrategias narrativas y de representación en el videoclip de la música andina indígena de Ecuador.

### **3.4.2. Objetivos Específicos**

1. Analizar la producción audiovisual, la música andina y las nuevas tecnologías digitales como elementos que ayudan a la configuración y revitalización de las identidades culturales en las poblaciones indígenas del Ecuador.
2. Explorar las denominaciones, las tensiones, las funciones, los roles y las características de la música andina indígena contemporánea y su relación con el campo audiovisual.
3. Comprender al videoclip como un medio y producto cultural donde se materializan los discursos de diálogo, confrontación y contradicciones (entre lo tradicional y lo innovador, lo local y lo global, el poder y la resistencia) de la identidad cultural indígena.
4. Evidenciar las principales estrategias narrativas y de representación que se han utilizado en la producción del videoclip de música andina indígena en el territorio ecuatoriano.

## 3.5. HIPÓTESIS

### 3.5.1. Generales

Dentro de las identidades culturales de las diferentes sociedades, conviven discursos y prácticas de lo local y lo global, lo dominante y lo alternativo. En diferentes aspectos de la cotidianidad de las personas, se puede evidenciar esta pugna de fuerzas que provocan, como consecuencia, una identidad cultural dinámica y compleja, sobre todo en las nuevas generaciones. El videoclip, un dispositivo que posee imágenes y música, es una expresión cultural donde se puede evidenciar dicha convivencia entre lo propio y lo de afuera, entre la resistencia, el goce del cuerpo y la innovación. Sin embargo, lo local viene a ser el elemento más importante para asumir con responsabilidad lo global.

### 3.5.2. Específicas

- H1: El audiovisual, la música y la tecnología digital son factores que inciden favorablemente en la dinámica de la identidad cultural de las nuevas generaciones de los pueblos indígenas en territorio ecuatoriano.
  
- H2: Las denominaciones *música andina*, *música autóctona* y *música indígena* son espacios de disputa entre grupos que representan la institucionalidad frente a grupos subalternos que reclaman su autodeterminación.

- H3: El videoclip de música andina indígena, alojado y difundido en las plataformas digitales, es el principal producto que tienen los músicos indígenas de Ecuador para difundir y promocionar su obra artística.
- H4: El videoclip de música andina indígena de Ecuador, al contar con un espacio muy corto de tiempo, imposibilita el desarrollo y la profundización de los elementos narrativos (personajes, acciones y ambientes).

### 3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La formulación de un diseño de investigación se ha fundamentado en las propuestas metodológicas de estudios previos sobre el videoclip musical.

Para poder diseñar una metodología que se adapte a la necesidad de esta investigación, se han revisado las siguientes propuestas metodológicas: “Propuesta metodológica para el análisis del videoclip musical” (Rodríguez y Aguaded, 2013), “El videoclip postelevisivo, propuesta metodológica y análisis estético” (Sedeño, Rodríguez y Roger, 2016) y “La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales” (Roncallo y Uribe, 2017).

El trabajo de Rodríguez – López y Aguaded (2013) plantea un recorrido por los fundamentos de autores como: Casetti y Di Chio, Bordwell y Thompson, Zunzunegui, Amount y Marie, Carmona, González Requena, entre otros.

Así, identifican diferentes etapas y sub-etapas para distinguir los tipos de análisis: *segmentación, análisis videográfico e interpretación*. La segmentación hace referencia a la selección de los objetos de estudio. El análisis videográfico es el análisis de los productos audiovisuales, para el cual los autores consideran tres enfoques diferentes: análisis formal,

análisis de la representación, análisis de la narración. Finalmente, la interpretación es el momento donde se colocan las particularidades y hallazgos que provienen del análisis.

Al focalizar en el análisis videográfico, los modos de abordar un videoclip son:

- *Análisis formal*, donde se debe poner atención a los códigos visuales, gráficos, sonoros y sintácticos.
  - *Análisis de la representación*. Los elementos a considerar son: puesta en escena, espacio videográfico y tiempo videográfico.
  - *Análisis de la narración*, que contempla los puntos de existentes y acontecimientos.
- (Rodríguez – López y Aguaded, 2013)

Un análisis del videoclip desde lo narrativo es la propuesta de Jordi Sánchez – Navarro y Lola Lapaz Castillo (2015). Se trata de una reflexión general sobre cómo aplicar categorías de análisis provenientes del mundo de la narrativa cinematográfica al ámbito del videoclip. Todas las categorías de análisis de la narración quedaron explicadas en su sección correspondiente.

El siguiente documento, el trabajo de Sedeño, Rodríguez y Roger (2016) se fundamenta en otros autores como: Korsgaard, Kaplan, Frith, Goodwin, Jameson, entre los principales. Las autoras utilizan una herramienta metodológica denominada *Average Shot Length* (ASL), de corte más cuantitativo. El ASL busca “relaciones entre la banda sonora y su representación audiovisual, así como entre la música y la letra, el tipo de videoclip desarrollado y el porcentaje de apariciones y primeros planos del cantante” (Sedeño, Rodríguez y Roger, 2016, p.332).

Otro estudio perteneciente a Sergio Roncallo Dow y Enrique Uribe – Jongbloed (2016) recupera a autores como Chion. El planteamiento respecto al análisis del videoclip

dista mucho de las propuestas anteriores, pues, para los autores, en este tipo de productos se deben considerar elementos como armonía y contrapunto, para luego detenerse en elementos narrativos y audiovisuales y en el ritmo del videoclip.

- En los *elementos narrativos* se consideran puntos como lo representativo y lo no representativo.
- En lo *audiovisual*, se observan categorías como: armónico – interpretativo, contrapuntístico – interpretativo, armónico dramático – interpretativo, contrapuntístico dramático – interpretativo, y contrapuntístico – audiovisual.
- En el *ritmo* se visibilizan otras categorías de análisis: armónico - rítmico, armónico – contrapuntístico rítmico, contrapuntístico – rítmico, contrapuntístico – armónico – rítmico.
- Los elementos relacionados al *paratexto* son: paratexto introductorio, paratexto insertado, paratexto conclusivo, paratexto ausente (ningún paratexto).
- Las categorías para analizar la *fragmentación y continuidad* son: fragmentado – continuo, fragmentado – discontinuo, no fragmentado – continuo, y no fragmentado – discontinuo.
- Elementos que hacen referencia a la *velocidad* son: veloz narrativo, sosegado narrativo, veloz iconográfico, sosegado iconográfico, veloz híbrido y sosegado híbrido.

- Otro elemento a considerar son los *símbolos* que aparecen en el videoclip, para, a partir de allí, realizar un análisis interpretativo.
- Hay que considerar, también, las *formas significantes* que aparecen en escena dentro del videoclip, por ejemplo, el texto.

El texto reaparece como un elemento que no dice, que no cumple su primigenia función de abstracción lingüística del significado por medio de los signos. El texto está ahí para mostrarse, para ser parte de la imagen y entrar a formar parte de un todo lecto – audio – visual. (Roncallo y Uribe, 2016, p. 104).

- Finalmente, está la categoría de *monstruosidad*. Aquí, el autor trata de mirar los diferentes de grado de monstruosidad como son: monstruosidad contra natura, monstruosidad espantosa, monstruosidad de lo feo/grotesco, monstruosidad virtuosista y ausencia de monstruosidad/ninguna.

Estudios más recientes sobre el videoclip son los realizados por Marta Tarín (2016), quien estudia la evolución del videoclip narrativo, y Carlos Pedrosa (2016), quien se interesa por la estética y narrativa del video musical como representante del discurso audiovisual moderno. Los documentos que se han revisado son estudios realizados dentro de los últimos veinte años. No obstante, la mayoría de propuestas teóricas y esquemas de análisis parten de fundamentos teóricos que provienen desde el análisis estructural de Roland Barthes, los

principios narratológicos de Gérard Genette y A. J. Greimas, y los estudios sobre la estructura narrativa de la literatura y cine de Chatman y Mieke Bal.

En síntesis, luego de revisar los métodos y metodologías utilizadas para el análisis del videoclip en la actualidad, la presente investigación se inclina por el análisis narrativo (Chatman, 1990; Casetti y Di Chio, 1991; Canet y Prósper, 2009; Sánchez y Lapaz, 2015) y el análisis de la representación (Schechner, 2012; Casetti y Di Chio, 1991).

### 3.7. DISEÑO DEL ANÁLISIS DEL VIDEOCLIP

El análisis de los videoclips seleccionados se realizará de la siguiente forma:

#### **3.7.1. Datos informativos**

En un cuadro, se colocarán los siguientes datos: nombre de la canción, nombre de la agrupación musical, país o ciudad, año de producción, tiempo de duración y casa productora. Se acompañará con fotogramas del video musical.

#### **3.7.2. Descripción general**

Aquí se colocarán datos relevantes de los artistas seleccionados, como trayectoria, discos, conciertos y particularidades (este tipo de información se buscará en noticias relacionadas).

### **3.7.3. Análisis narrativo**

Se seguirá la estructura explicativa y analítica que propone Chatman (1990). La selección de este planteamiento se fundamenta en que otros autores (García Jiménez; 20003; Canet y Prósper, 2009) también toman como base a ese autor.

#### **3.7.3.1 Sinopsis**

Se hará una sinopsis del relato del videoclip musical.

#### **3.7.3.2. Historia y contenido**

##### **3.7.3.2.1. Sustancia (referencia e ideología)**

Se hará una interpretación de los códigos, valores o ideologías que se observan en el video musical.

##### **3.7.3.2.2. Ideología y existentes**

Los sucesos están constituidos por acciones y acontecimientos (se trata de la combinación de elementos como personajes, ambientes y acciones).

### 3.7.3.2.3. Acciones y acontecimientos

En este punto se analizarán las acciones y acontecimientos, entendiendo *acción* como las acciones directas de los personajes, y *acontecimientos* como aquellos sucesos donde el personaje no tiene la capacidad de control (Casetti y Di Chio, 1991). Analizar este punto llevará a la identificación de cambios (transformaciones), elecciones y confrontaciones (Bal, 1990).

Dentro de los existentes están los puntos que hacen referencia a los personajes y escenarios.

### 3.7.3.2.4. Personajes

Se describirán los elementos de atribución y diferenciación. Para cumplir con este análisis, se buscará identificar los arquetipos y roles de los personajes, con base en las propuestas de Propp, Greimas (citado en Canet y Prosper, 2009), Vogler (1998) y Gómez (1993).

Además, este punto busca complementar con el modelo de análisis para la construcción del personaje propuesto por Mora (2016), en el que se observa que, para analizar un personaje, se debe partir de las características físicas (sexo, edad, altura, peso, constitución, color de pelo, color de ojos, color de piel, pose y vestuario), sociológicas (estatus económico, empleo, raza, tipo de educación, relaciones familiares, religión, nacionalidad, función en la comunidad, tendencias políticas y *hobbies*) y psicológicas (vida sexual, vida moral, inquietudes, ambiciones, frustraciones, desengaños, temperamento, actitud vital, complejos, carácter, capacidades, aptitud, cualidades y coeficiente intelectual) (Mora – Fernández, Montero Gómez, 2016).

#### 3.7.3.2.5. Escenarios

Se describen los espacios donde ocurren las acciones relacionadas con los personajes principales. Para el análisis, se seguirán los planteamientos de Canet y Prosper (2009), quienes consideran que los escenarios tienen las siguientes funciones: referencial, descriptiva, dramática, estructural, atmosférica y expresiva. Si los casos lo ameritan, se recurrirá también a los postulados de Casetti y Di Chio (1991).

#### 3.7.3.3. Discurso o expresión: análisis audiovisual

Una vez que se ha revisado el contenido de la historia, será momento de pasar a analizar el discurso (expresión). Aunque se está siguiendo de modo general el esquema que plantea Chatman (1991), este autor no es especialista en comunicación audiovisual, por lo que en este punto su teoría se complementará con la visión de Casetti y Di Chio (1998) y los estudios realizados por Tarín (2016).

##### 3.7.3.3.1. Sustancia

Una descripción general de la estructura del videoclip musical.

##### 3.7.3.3.2. Códigos de iconicidad

- *Distorsión de la imagen*: se describe si hay una imagen icónica fiel a la realidad o, por el contrario, hay imágenes más abstractas.

- *La composición*: como indica Tarín (2016), es conocer cómo está constituido el espacio visual, la distribución de sus componentes.
- *Códigos iconográficos*: descripción de los rasgos de los personajes a través de la fisonomía, vestimenta u objetos.
- *Códigos estilísticos*: como menciona Tarín (2016), son los rasgos que revelan la personalidad o idiosincrasia del director (objetos típicos, imágenes lujosas o desaliñadas de las que podemos extraer la firma del autor).

#### 3.7.3.3.3. Códigos de la composición fotográfica

- *Perspectiva*: según la explicación de Tarín (2016), se busca analizar si la imagen se observa desde una perspectiva natural, o distorsionada por diferentes objetivos: distancias focales largas o gran angular.
- *Encuadres*: se busca analizar qué planos son más frecuentes y qué significados guardan. Para Tarín (2016), hay que enfocarse en analizar la escala de planos y la angulación.
- *Iluminación*: se trata de identificar si el video musical utiliza iluminación neutra o iluminación subrayada (Tarín, 2016), y buscar si posee algún significado.
- *Color*: se busca analizar si la utilización de ciertos colores encierra significados particulares.

- *Movimientos de cámara*: se analiza qué movimientos de cámara son los más recurrentes dentro del video musical y por qué.

#### 3.7.3.3.4. Código sonoro (sonidos y música)

Se analizarán como sonidos: las voces, el ruido y la canción. Dentro de estos tres elementos se identifican sonidos *in* (sonido diegético exterior, cuya fuente está encuadrada), *off* (sonido diegético exterior, cuya fuente no está encuadrada) y *over* (sonido diegético interior y sonido no diegético).

#### 3.7.3.3.5. Texto verbal (oral y escrito)

Se analizan las conversaciones y los textos escritos que aparecen en el video musical. Se han de identificar los subtítulos, los títulos, los créditos y los rótulos (Tarín, 2016).

#### 3.7.3.3.6. Punto de vista

Las categorías que son posibles de analizar en el punto de vista son:

- *Relato NO focalizado o de focalización cero*. En esta categoría está el denominado narrador omnisciente, quien sabe más sobre el relato que los personajes.
- *Relato de focalización interna*. Dentro de esta categoría existen subcategorías a considerar: *fija* (cuando relato es contado por la conciencia del personaje), *variable*

(diferentes puntos de vista que pueden ir variando de uno a otro) y *múltiple* (el mismo acontecimiento se cuenta desde diferentes puntos de vista).

- *Relato de focalización externa*. El lector o espectador no puede saber los pensamientos o emociones del personaje. (Gaudreault y Jost, 1995; Tarín, 2016)

### **3.7.4. Análisis de la representación**

Los puntos que se seguirán para el análisis de la representación se fundamentan en la propuesta de Casetti y Di Chio (1998), que se irá complementando con otros autores según el caso y la necesidad de la investigación.

#### **3.7.4.1. Niveles de la representación**

Respecto a los niveles de representación, se tendrán en cuenta los siguientes puntos: *nivel de contenidos* (o puesta en escena), *nivel de modalidad* (puesta en cuadro) y *nivel de nexos* (puesta en serie).

- El *nivel de contenidos* se puede subdividir diversas variables para analizar el video como: informantes, indicios, temas y motivos.
- En el *nivel de modalidad*, los análisis pueden ir en las siguientes líneas: el punto de vista, lo que queda adentro y fuera del cuadro, los movimientos y recorridos que ofrece la cámara, y los encuadres.

- En el *nivel de nexos* se determinará si existen procesos de condensación, articulación y fragmentación.

#### 3.7.4.2. Espacios

Se seguirá la clasificación de Casetti y Di Chio (1998), que analiza el espacio a través de las siguientes categorías: *espacio in/off*, *espacio estático o dinámico*, y *espacio orgánico o desorgánico*.

- *Espacio In/Off*: lo que se observa en pantalla (colocación) y lo que queda fuera de pantalla, que invita a la recreación a través de la imaginación (determinabilidad).
- *Espacio estático o dinámico*: dentro de esta categoría se encuentran otras subdivisiones para un análisis más detallado, como espacio estático fijo, espacio estático móvil, espacio dinámico descriptivo, espacio dinámico expresivo.
- *Espacios orgánicos o inorgánicos*: se busca determinar si los espacios tienen relación entre sí o están fragmentados. Dentro de esta categoría se pueden encontrar, por ejemplo, espacios planos o profundos, espacios unitarios o fragmentados, espacios centrados o excéntricos, espacios cerrados o abiertos.

#### 3.7.4.3. Tiempos

Se seguirán las tipologías de Casetti y Di Chio (1998), quienes recalcan la necesidad de ubicar las siguientes categorías de tiempo: tiempo de colocación y devenir, el orden del tiempo dentro del relato, la duración del tiempo y la frecuencia.

#### **3.7.2. Resumen conclusivo**

Se tratará de un resumen que condense las partes más relevantes del análisis del videoclip musical.

#### **3.7.3. Análisis global del componente narrativo**

Se realizará un análisis global del componente narrativo de los veinte videos musicales analizados.

#### **3.7.4. Análisis global de la representación**

Se realizará un análisis global del componente de la representación de los veinte videos musicales analizados.

## **4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**



## 4.1. ANÁLISIS DE LOS VIDEOS MUSICALES

### 4.1.1 “*Jahua Ñan*” – Mana Maymanda

#### 4.1.1.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Jahua Ñan</i>
<b>Nombre del artista</b>	Mana Maymanda
<b>País y ciudad</b>	Otavalo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2018
<b>Duración</b>	07:35
<b>Casa productora</b>	<i>Ayllu Records</i>

**Imagen 7.** Fotogramas del videoclip “*Jahua Ñan*”, del grupo Mana Maymanda.



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.1.2. Descripción general

Mana Maymanda (en castellano: “no somos de ningún lugar”) es un grupo musical andino de la ciudad de Otavalo. Esta agrupación es un referente de la música andina en las poblaciones indígenas de la región norte del Ecuador.

La estructura general del video está compuesta por dos grandes bloques. En el primer bloque aparecen los artistas en pantalla; el segundo bloque está destinado al desarrollo de la historia. Ambos están relacionados porque algunos integrantes de la agrupación musical fungen de actores dentro del relato.

#### 4.1.1.3. Sinopsis

Un chico busca desesperadamente a una chica que le sonrió en el camino, pero al final, la sonrisa coqueta de la muchacha no indicaba un gusto por el chico, simplemente se había tratado de un juego de miradas.

#### 4.1.1.4. Análisis narrativo

##### 4.1.1.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.1.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Se trata de una primera ilusión de amor de adolescencia. En la búsqueda de quedar con la chica, el muchacho recorre distintos sitios físicos y virtuales. En ese recorrido se puede observar una dinámica entre valores autóctonos y foráneos, que resaltan la identidad integrada a la modernidad de los jóvenes indígenas.

#### 4.1.1.4.1.2. Existentes

##### 4.1.1.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

El acontecimiento principal sucede cuando hay un cruce de miradas entre el muchacho y la muchacha. La mirada coqueta de la muchacha será la acción que determina las siguientes acciones de los personajes. Luego de eso, se encuentran acciones menos relevantes, por ejemplo, buscarla en redes sociales a pesar de no contar con su nombre ni su apellido.

La segunda acción, o segundo punto de giro, es el encuentro con la muchacha, de manera fortuita, en el autobús. En esa secuencia se observa un momento de emoción y tensión del muchacho, cuando la reconoce después de un largo tiempo, que se complementa con la acción, cuando la sigue para conocer su dirección. Finalmente, el chico consigue saber la dirección de la chica.

El último punto es el clímax del video musical. Luego de haber identificado la casa de la muchacha, el chico se arma de valor y se detiene frente a la puerta. Él está muy ilusionado, con flores en la mano, tomando riesgos sin medir las consecuencias.

El motivo que moviliza las acciones del personaje principal es la búsqueda de la muchacha.

Respecto a los cambios que sufre el personaje principal (chico), parte desde una actitud tímida, realiza una búsqueda hasta encontrar el hogar de la chica, para luego ir a entregarle flores. En ese proceso hay una transformación de ese chico tímido hacia un muchacho decidido y arriesgado. No existe ninguna sorpresa en los hechos y se pueden considerar lógicos. Todo acontece según lo planeado.

Así, se puede afirmar que hay un mejoramiento del personaje principal respecto a la situación inicial, porque consigue su objetivo de conocer a la chica y declararle su amor (aunque no sea correspondido). De esta forma, el tipo de transformación se puede considerar de saturación porque hay elementos que coinciden entre el inicio y el final, sin mayores sorpresas.

El tipo de narración es fuerte – débil, porque si bien no hay un manejo adecuado del ambiente (escenarios), sí existe una organización adecuada de otros elementos narrativos como personajes, acontecimientos y transformaciones.

Analizando las acciones como funciones, se pueden identificar las siguientes categorías: la celebración y la obligación.

#### 4.1.1.4.1.2.2. Personajes

Los personajes que se identifican en el videoclip son cinco: por un lado, un padre, una madre y un hijo; por otro lado, una madre y una hija.

*Padre:* es una persona que tiene alrededor de 65 años. Su cuerpo es ancho y se observan sus canas. La psicología del padre es comprensiva y hasta burlona, aunque se demuestra que es la autoridad en el hogar. Con la edad que posee este personaje, bien podría pasar como abuelo del muchacho, pero en un diálogo queda evidenciado que se trata del padre. Este personaje cumple un rol de remitente (Greimas citado en Canet y Prósper, 2009).

*Hijo (muchacho):* es un adolescente de entre 17 y 19 años, con un perfil psicológico bastante fantaseador. Es tímido, pero también muestra rasgos de explorador, alegre, ilusionado, soñador, entre las principales características que se observan en el video. Físicamente, es de talla mediana y contextura delgada. Viste ropa cotidiana, pero su pertenencia a la etnia *Kichwa* se evidencia en el sombrero y el cabello hecho trenza. Respecto

a su función, este personaje es el héroe (Vogler,1998), que se encuentra en la búsqueda de un objeto de deseo (la muchacha) y está dispuesto a ofrendar hasta su vida por esa misión. Su objetivo es buscar a la chica y arriesgarse a declararle su amor.

*Madre del muchacho:* es un personaje que posee alrededor de 50 años. Demuestra actitudes enérgicas, directas y cuestionadoras. Como se mencionó respecto al padre, también podría pasar por la abuela del muchacho. La mujer cumple la función de mentor (Vogler, 1998), es decir, llevar por buen camino a sus aconsejados (en este caso su hijo) y respetar los valores del grupo.

*Muchacha:* es una adolescente de entre 17 a 19 años, con un perfil psicológico activo, dinámico y humorístico. Además, se observan otras características del personaje: coqueta, burlona y veces indiferente con los hombres. Físicamente es hermosa y lleva puesta la vestimenta típica de la etnia de Otavalo. Este personaje cumple la función de objeto de deseo (Greimas citado en Canet y Prósper, 2009), y posiblemente también encaje con el arquetipo de embaucadora (Vogler, 1998).

#### 4.1.1.4.1.2.3. Escenarios

Los lugares por los que transitan los personajes principales son: un almacén comercial, un espacio a campo abierto, el interior de un autobús, otro espacio abierto en la ciudad de Otavalo, el interior del hogar del chico y el hogar de la chica. Estos escenarios, desde la visión de Casetti y Di Chio (1991), se enfocan en el decorado, pero es un decorado pobre. Desde la visión de Genette (citado en Canet y Prósper, 2009), cumplen una función estético -decorativa.

#### 4.1.1.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.1.4.2.1. Sustancia

El videoclip musical posee dos estructuras, la primera sirve para mostrar la interpretación de los artistas, y la segunda hace referencia a la historia. Por esa razón, se puede determinar que este video musical es de estilo descriptivo narrativo con una combinación de musical *performance* (Sedeño, 2007). Tomando la explicación de Goodwin (citado en Sedeño, 2007), se observa que este videoclip ilustra y amplía una misma idea: la ilusión por una chica.

##### 4.1.1.4.2.2. Códigos de iconicidad

En lo referente a la distorsión de la imagen, se utiliza en ciertos momentos específicos como recurso para indicar que se está ingresando a un tiempo diferente al normal, como la imaginación o los sueños. En el resto del video, se podría indicar que hay imágenes icónicas fieles a la realidad.

Se maneja una composición básica de los tercios dorados y las líneas horizontales, no se observa la utilización de perspectivas.

Respecto a los personajes principales, los rasgos que se identifican de forma superficial es que son jóvenes y que pertenecen al pueblo *kichwa* de Otavalo por su idioma y vestimenta, y por los lugares donde se desarrollan las acciones (ciudad de Otavalo y la Laguna de San Pablo). Otros detalles más profundos son los padres comerciantes, por un lado y padres campesinos, por otro. Los comportamientos que se observan son: ilusión, broma, cuidado del prestigio familiar y actitudes adaptadas.

#### 4.1.1.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: las imágenes de este videoclip son elaboradas, en su gran mayoría, desde una perspectiva natural. Sin embargo, en algunos pasajes del video musical se utilizan tomas abiertas desde la parte superior con la ayuda de un dron, lo que ayuda a ubicar geográficamente (Laguna San Pablo - Imbabura) cierta parte de la narración.
- *Encuadres*: los encuadres que más se utilizan son los primeros planos, planos medios y planos generales. Los primeros planos para la descripción de los personajes, los planos medios para ubicar al personaje en un ambiente, y los planos generales para mostrar los ambientes donde ocurre la canción y también la ubicación de los artistas.
- *Iluminación*: la mayoría de escenas y secuencias ocurren en espacios exteriores, donde se utiliza luz natural. Los espacios cerrados son pocos y allí se utiliza una luz artificial tenue.
- *Color*: el video musical es a color. Sin embargo, hay momentos donde las imágenes poseen más saturación que en otros (esto es frecuente con imágenes grabadas en exteriores versus interiores). Asimismo, en algunas imágenes se utilizan filtros para darle mayor significado a la acción, por ejemplo, los sueños y los anhelos que tiene el personaje principal.

- *Movimientos de cámara*: los movimientos de cámara otorgan mayor dinamismo al videoclip. Así, se encuentran paneos, *travelín*, picados e imágenes aéreas desde un dron.

#### 4.1.1.4.2.4. Código sonoro (sonido y música)

Además de la canción, se identifican diálogos en idioma *kichwa* entre los diferentes personajes del video musical. Las primeras conversaciones muestran valores y comportamientos de este grupo social, como obediencia a los mayores, alusiones a prácticas agrarias y el respeto al prójimo. Acto seguido, se escuchan reproches de la madre hacia su hija porque ésta le ha sonreído a un chico.

Luego, en el transcurso del video se escuchan otro tipo de diálogos que al principio se podrían interpretar como sonidos por fuera de la canción, pero revisándola, se ha determinado que son parte de su estructura. Otro de los motivos por los que se llegó a esa conclusión es porque forma parte del estilo musical del grupo, que suele añadir diálogos, puntualizaciones, comentarios, etc.

Si bien la canción y la temática coinciden a nivel general, solo en pocos pasajes hay una relación directa entre la letra de la canción y la imagen en el video.

#### 4.1.1.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales que se identifican son: la información referida a los datos de la canción, el grupo musical y los subtítulos del *kichwa* al castellano.

#### 4.1.1.4.2.6. Punto de vista

El relato de este video musical se realiza desde una focalización interna fija, es decir, la historia se cuenta de la perspectiva del personaje principal masculino. La letra de la canción ayuda a reforzar este punto de vista.

#### 4.1.1.5. Análisis de la representación

##### 4.1.1.5.1. Niveles de representación

En el nivel de contenidos, la escena comienza con una charla en *kichwa* entre el padre y el hijo sobre una actividad a realizar. Se trata de un encargo. Se identifica claramente que se trata de comerciantes otavaleños debido a las siguientes características: idioma, cabello largo en los hombres, sombrero color gris en los adultos. Además, el espacio donde se encuentran ayuda a reforzar aquella interpretación, ya que el local comercial está lleno de prendas de vestir y tejidos coloridos.

En la siguiente escena se observa con más claridad la pertenencia étnica y la ubicación geográfica de los personajes. Madre e hija, vestidas con trajes típicos otavaleños, salen hacia el campo a buscar granos para su alimentación. Si con la aparición de los personajes masculinos quedaba alguna duda sobre el origen étnico, con los personajes femeninos queda claro que pertenecen a la cultura *kichwa* de Otavalo.

Los protagonistas de la historia parecen ser hijos/as de familias comerciantes que cuentan con ciertas comodidades. Asimismo, son chicos indígenas (alrededor de 17 a 19 años) que están integrados y conectados con la globalización. En ese sentido, aparecen escenas donde tanto la chica como el chico utilizan computadoras y están en las redes sociales (*Facebook*). Psicológicamente, los padres cumplen roles más tradicionales,

mientras que los jóvenes están en la búsqueda y definición de sus propios valores (rasgo muy común de la adolescencia).

Los artistas aparecen en el videoclip de forma alternada, cantando encima de un bote de totora que navega por el Lago San Pablo de la provincia de Imbabura. Si bien es cierto no utilizan trajes típicos, se puede identificar que son de la cultura *kichwa* de Otavalo por sus sombreros, la cabellera larga peinada en una trenza, y el idioma en el que cantan. Además, con la aparición del grupo se reconocen instrumentos que son parte de la música andina.

El tema principal del videoclip es la búsqueda del amor, materializado en los personajes adolescentes. Las funciones del video musical son: promocionar la nueva canción, resaltar la imagen de la agrupación musical, y quizá posicionar a la provincia de Imbabura – Ecuador.

Respecto a los arquetipos, son personajes jóvenes enamorados que tienen su primera ilusión de amor. Por esa razón, los personajes no son complejos sino bastante predecibles, aunque hay que señalar que se deja de lado el estereotipo de jóvenes románticos que se encuentran tristes o melancólicos; más bien sucede todo lo contrario: son muchachos/as alegres y divertidos. Incluso la caracterización del personaje femenino es muy distinta a otros videos musicales: en esta producción la chica es burlona, bromista, sarcástica, irónica y, hasta cierto punto, carece de todo romanticismo.

A nivel de puesta en cuadro, se analiza que tiene estabilidad y dependencia, pues hay que mirar todos los elementos para entender el relato que se inserta. Solo en una escena hay variabilidad, pero se trata de un error de edición.

#### 4.1.1.5.2. Espacios

En lo referente al espacio *In/Off*, la categoría *In*, según Casetti y Di Chio (1991), es todo lo que se ubica dentro del encuadre. En este video se identifican varios espacios, pero no todos son relevantes para el análisis. En ese sentido, a continuación se describen aquellos que se consideran relevantes:

- Local comercial: perteneciente a la familia del muchacho. El decorado busca fortalecer la idea de una familia de negocios en los tejidos.
- Espacio abierto (campo): en este punto se puede observar la laguna de San Pablo en Imbabura – Ecuador; es el espacio donde se ubica el grupo musical y también transcurren allí algunas escenas que hacen referencia a un sueño que tiene el muchacho. La selección de este espacio puede responder a la necesidad de un espacio conocido por la mayoría de las personas, o quizás se utiliza ese ambiente para reforzar la pertenencia del grupo al lugar geográfico: Imbabura.
- Los hogares del muchacho y la muchacha, ubicados en la parte urbana de la Otavalo, son relevantes porque sirven para mostrarlos como indígenas con posibilidades económicas<sup>26</sup>.

El cambio, el espacio en *off* es todo lo que está por fuera del cuadro y que el espectador se imagina. Hay poca utilización de este recurso, ayuda sobre todo a realizar las elipsis de la historia.

---

<sup>26</sup> Se considera relevante este espacio porque se contraponen con imágenes, desde la parte mestiza, que ubican sujeto indígena al campo y sitios donde desarrolla trabajos manuales.

Respecto a las características del espacio, se trata de ambientes estáticos y descriptivos.

#### 4.1.1.5.3. Tiempo

El tiempo es un presente cercano. El desarrollo de ese tiempo es lineal. Sin embargo, mientras la narración avanza, se identifican dos pasajes hacia tiempos diferentes: un tiempo futuro y un tiempo onírico. El tiempo futuro se observa cuando el muchacho fantasea con tener un hijo con la chica de la que se ha enamorado. El otro tiempo, que se ha denominado onírico, hace referencia a los sueños del chico, cuando recrea una situación similar a la película *Titanic*, pero en un contexto con elementos más locales.

#### 4.1.1.6. Resumen conclusivo

Se trata de un videoclip que se concentra en la narración del relato audiovisual. Lo llamativo de esta pieza audiovisual es que enfoca el relato en el ámbito del humor y la parodia. Además, se observa cómo las nuevas generaciones de indígenas respetan las tradiciones, pero al mismo tiempo están integradas al mundo moderno. En el terreno de lo narrativo, se observa que hay un trabajo en casi todos los componentes del relato; sin embargo, hay descuidos en la parte de interpretación actoral, planificación de escenarios y edición.

#### 4.1.2. “Kridayashka” - Ñucanchi ñan

##### 4.1.2.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Kridayashka</i>
<b>Nombre del artista</b>	Ñucanchi Ñan
<b>País y ciudad</b>	Otavallo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2020
<b>Duración</b>	5:21
<b>Casa productora</b>	<i>Blue</i> Producciones

**Imagen 8.** Fotogramas del video musical “Kridayashka” de la agrupación musical Ñucachi Ñan.



*Nota:* elaboración propia con imágenes tomadas de *YouTube*.

#### 4.1.2.2. Descripción General

Ñucanchi Ñan es una agrupación musical referente de la ciudad de Otavalo. Según datos de su biografía, publicados en la red social *Facebook*, esta agrupación nace en el contexto de la fiesta del *Inti Raymi*, la más importante para los indígenas. Su objetivo como grupo es rescatar y difundir las tradiciones y costumbres de los pueblos indígenas. Perciben a la música como el recurso que permite estrechar lazos de paz, amor y amistad.

#### 4.1.2.3. Sinopsis

Una pareja de jóvenes indígenas se juran amor, pero cuando la muchacha empieza a trabajar de forma independiente surgen problemas: hay otro hombre que se entromete en la relación, causando el alejamiento y la separación.

#### 4.1.2.4. Análisis narrativo

##### 4.1.2.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.2.4.1.1. Sustancia: referencia o ideología

En el plano superficial, se hace referencia a una pareja que se jura amor. Luego, por necesidades de independencia financiera, la muchacha busca y consigue trabajo. Al inicio se presenta una mujer amorosa y cariñosa, pero al final se la dibuja como alguien que tiene mucha ambición, y por esa razón se justifican los hechos que le sobrevienen. Las figuras masculinas, por su parte, están asociadas a la idea de poder y amor sincero.

#### 4.1.2.4.1.2. Existentes

##### 4.1.2.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

En este video se observan cuatro personajes, pero solo uno (la mujer) se identifica como el personaje principal. Luego se identifican personajes secundarios como el novio, el amante y una nueva chica. Sin embargo, las principales acciones recaen sobre la muchacha protagonista. Los motivos que movilizan la acción son: la inocencia, la ambición, la soberbia y el individualismo.

Los acontecimientos principales dentro de este video musical son:

- La muchacha busca y encuentra trabajo en un almacén de artesanías.
- Se observan las primeras tensiones entre la pareja cuando el chico reclama sobre las joyas que lleva puestas la muchacha.
- La muchacha le cuenta a su amante que está esperando un hijo, éste reacciona mal y terminan por echarla del local donde trabaja.
- Al final, hay una escena donde la protagonista mira cómo su ex pareja se marcha con su nueva relación. Esta escena cumple la función de comunicar al espectador que habrá una segunda parte de la historia.

Se identifican también acontecimientos satelitales que ocurren al final del videoclip, cuando el personaje masculino encuentra una nueva relación. Son acontecimientos satelitales porque su ausencia no afectaría el sentido de la narración principal.

Respecto a las transformaciones de los personajes: ambas personas al inicio están en un estado de calma; cuando una tercera persona se mete en la relación de pareja, el chico entra en un proceso de desmejoramiento, en cambio la muchacha entra en un proceso de

mejoramiento. Luego, este proceso se invierte, es decir, mientras el chico se recupera poco a poco de la traición y empieza a mejorar, la muchacha, luego de haber quedado embarazada, inicia un proceso de desmejora.

La principal función de las acciones es mostrar el engaño y el alejamiento.

#### 4.1.2.4.1.2.2. Personajes

Existen cuatro personajes dentro del relato, pero solo un personaje (la muchacha) tiene diversas características que permiten la interpretación. El resto de los personajes (el novio, el amante y la chica nueva) tienen rasgos mínimos.

El personaje principal es una muchacha indígena que está buscando trabajo y lo encuentra. Al parecer se trata de su primer trabajo, y se deja sorprender por los regalos de su jefe. Entonces, lo que se podría observar es la inexperiencia, la inocencia, la ilusión; pero se identifican también valores como la ambición, la codicia y el individualismo.

El novio de la chica es un indígena joven. Se trata de un comerciante de artesanías y tejidos en la ciudad de Otavalo. El móvil de sus acciones responde a la ilusión.

El amante es una persona joven, que tiene dinero, y al parecer tiene familia u otra relación. El amante cumple la función de oposición con acciones de tentación, a través de regalos de lujo y comodidad; el móvil de este personaje es el placer.

Luego aparece la nueva chica, una joven de la misma comunidad *kichwa*, pero que se muestra como alguien que tiene poder económico y comodidades.

Al analizar este relato desde el modelo actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se identifica que el sujeto es la muchacha, el objeto es un puesto de trabajo y el deseo que moviliza es la autonomía o la libertad financiera de la mujer. No se identifica ningún remitente y el destinatario de la acción sería la misma chica. Tampoco se identifica

ningún ayudante, y los oponentes son el amante que la rechaza y la nueva chica que aparece para conquistar a su antiguo novio.

#### 4.1.2.4.1.2.3. Escenarios

Los escenarios que se identifican son: espacios abiertos (Plaza de los Ponchos de la ciudad de Otavalo), un local de artesanías, espacios exteriores urbanos y espacios exteriores rurales. La mayoría de los espacios mencionados cumplen con una función decorativa y muy pocos con una descriptiva (los puestos de artesanías en un mercado abierto).

#### 4.1.2.4.2. Discurso o expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.2.4.2.1. Sustancia

La estructura general del video musical cuenta con dos bloques independientes. Por un lado, se narra la historia, y por otro lado, aparece la banda musical cantando y ejecutando sus instrumentos musicales. Según este tipo de estructura, se puede catalogar como un videoclip narrativo – descriptivo, donde ambos elementos tienen el mismo peso e importancia.

##### 4.1.2.4.2.2. Códigos de iconicidad

No se observa ningún tipo de distorsión de la imagen. Las imágenes son icónicas, es decir, se acercan a mostrar fielmente la realidad.

Se observa un trabajo planificado y detallado de la composición, porque las imágenes están equilibradas, manejan diferentes perspectivas y los tercios dorados.

Los rasgos de los personajes principales son: jóvenes indígenas del pueblo *kichwa* de Otavalo (se distinguen por su vestimenta y cabello), son artesanos, hablan español.

#### 4.1.2.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: la producción del video musical se realiza desde una perspectiva natural, tanto en la parte que hace referencia al relato (narrativa) como en el registro de los artistas (descriptiva).
- *Encuadre*: se evidencia la utilización de primeros planos, planos medios y planos generales. Esta catalogación sirve para describir al relato y la aparición de los artistas en pantalla. La utilización del primer plano, en el relato, es para mostrar las emociones de los personajes que se materializan en el rostro humano; el plano medio es para mostrar la comunicación o interacción de los personajes en la pantalla; y el plano general para mostrar al personaje en un espacio determinado. En el caso de la aparición de los artistas, el primer plano se utiliza para mostrar a la voz principal; el plano detalle, para enfocarse en los instrumentos musicales; y el plano medio, para mostrar varios músicos en pantalla.
- *Iluminación*: las escenas tienen localizaciones exteriores e interiores. En ese sentido, se utiliza la luz natural y la artificial para provocar una iluminación más suave.
- *Color*: la producción del video musical es completamente a color. Los espacios tienen una cromática o paleta de colores entre amarillo, anaranjado y café, lo que provoca una sensación de calidez.

- *Movimientos de cámara*: en el relato se observan movimientos de cámara, que siguen las acciones de los personajes. En la parte donde se registran los artistas, se observan acercamientos y alejamientos de cámara para otorgar mayor dinamismo.

#### 4.1.2.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

Antes de iniciar la canción existe una conversación entre los personajes del relato (la pareja). Su conversación es en idioma español. Según las categorías que se utilizan para analizar este punto, se podría decir que se trata de un sonido *in*, es decir, un sonido diegético exterior cuya fuente está encuadrada.

#### 4.1.2.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Al inicio del video musical hay un diálogo entre la pareja sobre el sentir amoroso del muchacho hacia la muchacha. El diálogo ocurre en idioma español, luego el tema musical es completamente en idioma *kichwa*.

Los códigos textuales dentro del videoclip son varios: unos están por fuera de la historia, que sirven, principalmente, para dar información sobre la agrupación musical, el nombre de la canción y la casa productora. Pero, además, se identifican otros textos que están dentro del relato, la mayoría escritos en español.

#### 4.1.2.4.2.6. Punto de vista

El relato que se encuentra dentro de este video musical combina los puntos de vista de estilo focalización interna fija y focalización cero. Al inicio, la focalización recae sobre el personaje principal (fija), sin embargo, a medida que avanza el relato, la focalización se convierte en cero, ya que ningún personaje toma el foco para narrar. Siguiendo las tipologías de Gullón (citado en Pereira, 2008), se observa un narrador moralizante, que realiza una acusación directa al comportamiento del personaje femenino. Finalmente, la letra de la canción viene a contribuir al punto de vista masculino.

#### 4.1.2.5. Análisis de la representación

##### 4.1.2.5.1. Niveles de la representación

El tema principal de la canción es la traición de una chica a su pareja. Sin embargo, se pueden observar diversos valores morales de la sociedad indígena. Es decir, se juzga el comportamiento de la muchacha, se asocia a la mujer a valores mercantiles, y existe una condena moral muy fuerte cuando ella queda embarazada.

En ese sentido, en este video musical se observa un discurso machista, en el que al hombre se lo representa como alguien sin ningún tipo de características negativas, guiado por el amor y la ilusión; en cambio, a la muchacha se la reviste con valores como la codicia, la avaricia y el individualismo. Este tipo de comportamientos está en contra de los valores morales de unión y comunidad que defienden los pueblos indígenas. Sin embargo, dichos valores negativos tienen la particularidad de que solo se materializan en la figura femenina, mientras que al varón se lo presenta como un sujeto sencillo, una persona que cree en el amor incondicional, sin ambiciones y sin ningún tipo de maldad.

Al final, el abandono del amante al saber que la muchacha espera un hijo, se presenta como una acción esperada y bien vista, como consecuencia de su mal proceder.

#### 4.1.2.5.2. Espacios

Hay diferencias entre los espacios del relato y los espacios que utilizan los artistas. En el primer caso, la mayoría de los espacios son decorativos. En cambio, el espacio donde aparecen los artistas es un espacio descriptivo (se trata de un restaurante donde se observa un diseño arquitectónico rústico, tranquilo y elegante).

#### 4.1.2.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación del relato es un pasado no muy lejano. El orden del tiempo que se maneja al interior del relato es tiempo lineal, es decir que hay un inicio, desarrollo y final. En lo referente a la duración del tiempo, se evidencia que se maneja un tiempo normal, el tiempo que se observa en pantalla coincide con la acción. Y, finalmente, la frecuencia dentro de la temporalidad se observa simple: las acciones se presentan una sola vez.

#### 4.1.2.6. Resumen conclusivo

Se trata de un videoclip que posee un bloque narrativo y otro descriptivo, que corresponde a los artistas. En lo narrativo, el relato cumple con la función de integrar todos los elementos. Sin embargo, el abordaje del tema está asociado a valores que la sociedad considera incorrectos y todo ese peso recae en la protagonista femenina.

El personaje que busca su autonomía es maltratado por la sociedad y, como consecuencia de eso, su transformación va hacia el desmejoramiento. No obstante, hay que advertir que la historia queda abierta, por lo que la condición de deterioro podría cambiar a futuro.

### 4.1.3. “Olvidarte” - Grupo Achik

#### 4.1.3.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<b>Olvidarte</b>
<b>Nombre del artista</b>	Grupo Achik
<b>País y ciudad</b>	Otavallo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2018
<b>Duración</b>	4:41
<b>Casa productora</b>	<i>Allyu Records</i>

**Imagen 9.** *Fotogramas del videoclip “Olvidarte” del Grupo Achik.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.3.2. Descripción general

Grupo Achik es una agrupación musical de la ciudad de Otavalo, Imbabura. En sus filas cuenta con integrantes masculinos y femeninos que pertenecen a diversos pueblos indígenas de la región serrana al norte del Ecuador (pueblo Otavalo y Cayambi).

#### 4.1.3.3. Sinopsis

Una muchacha recuerda una relación amorosa que ocurrió un año atrás. Por la mente de la mujer pasan diferentes recuerdos: el momento en que conoció al chico, las actividades que realizaron como pareja y luego, el abandono repentino del hombre para quedarse con su enamorada de siempre.

#### 4.1.3.4. Análisis narrativo

##### 4.1.3.4.1. Historia o contenido

##### 4.1.3.4.1.1. Sustancia: referencia o ideología

Se trata del recuerdo de una chica que tuvo una ilusión amorosa un año atrás. A pesar del tiempo, la mujer no ha podido superar aquel desengaño, ya que el muchacho que salía con ella, finalmente decidió dar marcha atrás y quedarse con quien había sido su novia oficial.

#### 4.1.3.4.1.2. Existentes

##### 4.1.3.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

El personaje en el que recae la acción es la chica, y a partir de ahí, se desencadenan otras acciones que se relacionan con el personaje masculino. Los motivos que movilizan las acciones están entre la falta y el sacrificio. Es decir, el personaje principal (muchacha) siente un vacío por el amor que se fue, aunque haya logrado superar ese amor ausente. Sin embargo, se observa que durante la relación también hubo sacrificio porque ella sabía de la existencia de la otra chica (un camino con dificultades, aunque había recompensas).

Los acontecimientos nucleares de este video musical son:

- *Primero*: existe un encuentro entre los dos protagonistas en un local comercial y un coqueteo que termina en una relación. Realizan actividades de pareja.
- *Segundo*: el personaje masculino toma la decisión de separarse de su novia oficial. Con maleta en mano, está a punto de marcharse la casa que compartían, pero al final, toma la decisión de quedarse.
- *Tercero*: el personaje masculino le comunica la decisión a su amante, y ella se aleja llorando.

En cambio, los acontecimientos satelitales (aquellos que no modifican la estructura del relato) son:

- Las plegarias que la chica realiza a una imagen religiosa.
- La reiteración de las diferentes actividades que realizaron como pareja.
- El encuentro con un nuevo chico luego de que la ex pareja la abandonara.

En relación a los procesos de transformación, al inicio se hace referencia a un encuentro de carácter amoroso que transcurre en el lapso de un año. Durante ese proceso, el personaje principal (la muchacha) tiene un cambio: pasa de estar soltera a tener una relación, y luego el abandono le causa un dolor que dura hasta el presente. El personaje masculino, en cambio, aunque también está viviendo esa aventura, no experimenta transformaciones, ya que, aunque intenta marcharse con su amante, al final no logra tomar esa decisión, por lo que se queda en un estado inicial.

Considerando la tipología de conflictos de Canet y Prósper (2009), se está frente a un conflicto interno: el personaje principal lucha contra los recuerdos de la aventura amorosa que vivió hace un año atrás, es decir, es un conflicto con ella misma.

Las principales funciones que se han identificado respecto a las acciones son la prueba y el engaño.

#### 4.1.3.4.1.2.2. Personajes

Se observan dos personajes principales: el personaje femenino (amante) y el personaje masculino; y dos personajes secundarios que apenas aparecen.

En cuanto al aspecto físico, poseen características propias de la geografía andina, es decir, son personajes de contextura delgada y de pequeña estatura. Desde lo psicológico, se observan pocos elementos concretos o definitorios respecto a los personajes principales. El personaje femenino se podría describir como dependiente emocional. Se llega a esta interpretación por dos elementos: primero, ella está recordando al chico y su aventura amorosa luego de un año; y segundo, luego de ser rechazada por el muchacho, coincide con un chico en la calle y coquetea.

El personaje masculino se exhibe como un hombre detallista y considerado. Al inicio del relato no existen elementos que permitan interpretar que el chico tiene novia y que aquello que vive con el personaje femenino principal es una aventura. Solo al final del relato se descubre que el personaje masculino está confundido entre su novia y su amante, al punto que intenta marcharse, pero al final no lo hace. En esa escena, cuando decide quedarse con su novia, no queda del todo claro por qué lo hace, los motivos quedan a libre interpretación del espectador.

En síntesis, se podría catalogar a ambos como personajes planos y superficiales.

Al aplicar el modelo de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se puede decir lo siguiente: el sujeto es la muchacha, el objeto de deseo es el chico, y el deseo que moviliza al sujeto es una relación duradera y exclusividad. No se identifica la figura del remitente, y el destinatario sería la misma chica. No se identifican ayudantes y el oponente termina por ser el mismo chico que era objeto de deseo.

#### 4.1.3.4.1.2.3. Escenarios

Los lugares que recorren los protagonistas del videoclip tienen poca carga simbólica. Sin embargo, en el local comercial donde ocurre el encuentro entre ambos personajes se puede encontrar algunos elementos simbólicos, que hacen referencia a la cultura *kichwa* de Otavalo.

Otros ambientes que aparecen son los lugares sagrados católicos, donde se observan crucifijos y cruces de la religión católica. Este elemento se podría haber trabajado aún más, para dotar de mayor significado a un sentimiento o deseo, pero no se logra.

Finalmente, se ubican lugares abiertos de la ciudad de Otavalo, pero esta afirmación solo la puede hacer alguien que haya vivido o conoce dicha ciudad, ya que no se logra

simbolizarla para hacerla reconocible, como tampoco se logra evidenciar completamente, a través de ella, un sentimiento o una situación. En síntesis, los ambientes carecen de significado que refuerce el relato.

#### 4.1.3.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.3.4.2.1. Sustancia

En lo que corresponde a la estructura general, el videoclip está compuesto por dos grandes bloques. El primero es un registro audiovisual de los integrantes de la banda musical; el segundo, narra la historia de los personajes. No existe una relación directa entre ambos bloques.

##### 4.1.3.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los personajes tienen aspectos fisonómicos característicos de las personas de la cultura *kichwa*. Son personas de pequeña estatura, el muchacho tiene cabello largo (aunque no está peinado con la trenza tradicional) y la muchacha viste con ropa indígena. En el caso del hombre, se lo representa, en ciertos casos, como un estereotipo moderno de “picaflor”. En el caso de la mujer, los códigos iconográficos reflejan las actividades que realiza en el pueblo de Otavalo.

Este videoclip ubica a las acciones de los personajes como el elemento más importante. Por esa razón, hay una carencia de manejo en la composición. Las imágenes son planas, no hay perspectivas, y tampoco hay espacios que ayuden a reforzar el relato.

#### 4.1.3.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: para la producción de este video musical se utiliza una perspectiva natural fija.
- *Encuadres*: los principales encuadres de este videoclip son primeros planos, planos medios y planos generales. Los primeros planos se utilizan para mostrar los rostros de los personajes con diferentes reacciones o emociones. En el caso de los artistas, los primeros planos ayudan a visualizar la interpretación de la cantante y la ejecución de los diversos instrumentos por parte de los músicos. Los planos medios se utilizan para mostrar las acciones e interacciones de los personajes. Los planos generales se utilizan, también, para exponer las acciones de los personajes.
- *Iluminación*: la totalidad de las escenas y secuencias ocurren en el día, por lo que para algunas escenas se ha utilizado luz natural. En cambio, en pocas ocasiones se observan espacios interiores, donde se utiliza luz artificial. En las primeras escenas hay efectos de contraluz muy fuertes que dificultan la observación de los detalles del personaje.
- *Color*: el video completo está filmado a color. Asimismo, se observa que a lo largo del video musical se colocan filtros de la naturaleza de los amarillos – anaranjados, que dan una sensación de mayor calidez. Sin embargo, hay momentos donde se abusa de este recurso. Otro recurso que se utiliza es una especie de destello de luz que por momentos aparece en la parte superior derecha; esto tiende a provocar alguna incomodidad en el espectador.

- *Movimientos de cámara*: la mayoría de las tomas de este video musical tienen una posición fija de la cámara. Sin embargo, en ciertos pasajes del relato se observan cámaras en movimiento, sobre todo algunas que acompañan a los protagonistas. En lo que respecta a la aparición de los artistas, predomina la cámara fija, mientras que son las cantantes y los músicos quienes se mueven.

#### 4.1.3.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

No se evidencian sonidos diferentes a la canción.

La relación que existe entre la parte musical y la audiovisual, desde la perspectiva de Goodwin (citado en Sedeño, 2007) es de amplificación. Es decir, no existe una relación directa entre la letra de la canción y la imagen, pero sí tiene que ver con la temática. En otras palabras, la canción habla sobre el desamor y el audiovisual recrea ese tema de forma general y ampliada.

#### 4.1.3.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales dentro de este videoclip son recursos que cumplen la función de señalar el tiempo en que ocurre la narración, la información de la canción, el grupo musical y la casa productora. Estos textos están por fuera de la narración. Además, hay otro tiempo que hace referencia al tiempo de la narración. Se pueden observar las siguientes fechas (presentes dentro del relato): << 15 de julio del 2017>> y <<18 de julio del 2018>>.

Se identifican otros textos dentro de la narración, pero no son planificados por la producción, sino que son textos que ya vienen o están impregnados en los espacios que recorren los personajes.

#### 4.1.3.4.2.6. Punto de vista

El punto de vista de este relato audiovisual es del tipo focalización interna fija. La historia es contada desde los ojos o la conciencia del personaje principal femenino. En relación a la letra de la canción, ésta ayuda a reforzar el punto de vista de la muchacha que aparece en el relato.

#### 4.1.3.5. Análisis de la representación

##### 4.1.3.5.1. Niveles de representación

Este videoclip se considera de música andina indígena porque hay elementos que lo identifican de esta forma: elementos visuales en los artistas, elementos visuales dentro de la historia, y elementos sonoros.

Los elementos visuales desde los artistas, se pueden identificar en toda la agrupación musical, pero lo que más llama la atención y marca una diferencia se da en las voces femeninas, porque ellas visten trajes típicos del pueblo indígena de Cayambe. En una posición secundaria, al resto de los integrantes se los puede catalogar como indígenas andinos teniendo en cuenta también los instrumentos musicales que ejecutan.

Haciendo foco en el relato, al momento de la presentación de los personajes también se pueden ubicar elementos de la cultura indígena: el cabello largo del chico y la vestimenta de ambas mujeres que aparecen durante el video musical. Otra referencia cultural, aunque

no sea exclusiva del pueblo indígena, es la devoción católica (en este caso particular se alude a la Virgen del Quinche).

#### 4.1.3.5.2. Espacios

Los espacios que son utilizados en el videoclip también se pueden analizar, desde una perspectiva audiovisual. El grupo musical utiliza espacios cerrados que no connotan ningún significado de adherencia a la cultura andina (al parecer, están en un pasillo con mucha luz). Para lograr una mejor dinámica del espacio, utilizan el cambio de primeros a segundos planos entre la voz principal y otros miembros del grupo.

En cambio, los espacios que se utilizan para la acción del relato son espacios cerrados, pero connotan elementos significativos. Por ejemplo, la mujer indígena es comerciante de la ciudad de Otavalo (los habitantes de este pueblo tienen la imagen de ser hábiles comerciantes). Así, en el local comercial donde ocurren las primeras escenas, se observan dentro del cuadro elementos que hacen referencia a prendas del pueblo de Otavalo: alpargatas, botas con diseños andinos, collares (*wualkas*).

De igual forma, otro espacio que se observa es una gruta donde está la imagen de una virgen católica. Es un espacio cerrado, con una fuente de agua donde, al parecer, se lanzan monedas para pedir deseos.

#### 4.1.3.5.3. Tiempo

La colocación del tiempo ocurre en un pasado no muy lejano. En el orden del tiempo que maneja este relato se observa la combinación de un tiempo anacrónico y uno lineal. Anacrónico porque la historia audiovisual inicia en el presente del relato, pero luego se

traslada (con los recuerdos) al pasado. Durante el trayecto del videoclip, ya no hay más referencias al presente. Sin embargo, una vez que el relato ya se encuentra ubicado en pasado, ahí sí el orden del tiempo es lineal, es decir, se cuenta la historia desde un inicio, desarrollo y fin. En lo referente a la duración del tiempo, se concluye que es un tiempo normal, es decir, no hay contracciones o dilataciones. Y, finalmente, la frecuencia temporal observada es de tipo múltiple, es decir, el video hace alusión a un mismo tema en diferentes momentos (las actividades que hacían entre la pareja se repiten).

#### 4.1.3.6. Resumen conclusivo

Este video musical está compuesto por dos secciones, una donde aparece la banda musical en escena y la otra que hace referencia a la narración. La primera sección no ofrece muchos elementos de análisis, los artistas aparecen en pantalla con trajes e instrumentos andinos.

En lo que refiere a la narración, se puede observar que se trabajan poco los personajes, es decir, ambos protagonistas son superficiales (quizás solo el personaje femenino tiene algunos rasgos para su interpretación, pero el personaje masculino carece de características por fuera de lo físico). En lo referente a la acción dramática, el clímax no se logra cumplir porque, hacia el final, hay una decisión crucial del personaje masculino que no está justificada, y aquello deja una sensación de vacío e incertidumbre. Es decir, esa incertidumbre no se dosificó lo suficiente y no se llega a entender o intuir los motivos de la decisión del personaje masculino.

#### 4.1.4. “Nos vemos en la próxima vida” – Charijayac

##### 4.1.4.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Nos vemos en la próxima vida
<b>Nombre del artista</b>	Charijayac
<b>País y ciudad</b>	Otavalo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2017
<b>Duración</b>	5:24
<b>Casa productora</b>	<i>Charijayac</i>

**Imagen 10.** *Fotogramas del videoclip “Nos vemos en la próxima vida” del grupo Charijayac.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.4.2. Descripción general

Según datos de la página *Wikipedia*, la agrupación musical Charijayac es referente de la música andina en la región norte del Ecuador. Se fundó en 1982, por lo que cuenta, al día de hoy, con 38 años de vida musical. Sus obras musicales tocan temas sociales, políticos y culturales de los pueblos indígenas. La canción “Movimiento indígena” ha sido el himno de la lucha de los pueblos originarios en Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia.

#### 4.1.4.3. Sinopsis

Un anciano tiene la necesidad de realizar una búsqueda para cumplir una promesa de amor. Esa búsqueda y aquella promesa lo obligan a trasladarse desde Barcelona, España, hasta un pueblo en la serranía ecuatoriana. A través de un acto ritual, busca conectar con la tierra y su infancia, para luego hallar la revelación de su inquietud.

#### 4.1.4.4. Análisis narrativo

##### 4.1.4.4.1. Historia o contenido

##### 4.1.4.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Un anciano indígena regresa a Ecuador desde Europa buscando cumplir una promesa que había realizado a un amor que ha partido. Con ese objetivo, debe volver a la tierra (montañas) y las raíces (viaje a la niñez) para encontrar el camino. En este marco, se hacen referencia a sitios andinos y a rituales de purificación y simbología precolombina.

#### 4.1.4.4.1.2. Existentes

##### 4.1.4.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

En este video musical existe un protagonista principal, por lo que todas las acciones recaen sobre ese personaje. Sin embargo, hay acontecimientos que están fuera de su control, por ejemplo, la melancolía que oprime su ser. En ese sentido, los motivos que movilizan la acción del personaje están entre la falta, el sacrificio y la obligación (Bremond citado en Canet y Prósper, 2009).

Los acontecimientos que se consideran nucleares dentro de este relato son:

- *Primero*: el anciano despierta triste y melancólico, con la necesidad de una búsqueda interna. Medita sobre un lugar y decide viajar hacia allí.
- *Segundo*: el encuentro con personas y lugares sagrados donde se realizan acciones rituales.
- *Tercero*: dentro de ese tiempo sagrado encuentra símbolos que señalan caminos para su exploración.

Los sucesos satelitales son aquellos que no afectan directamente a la estructura narrativa. En este caso son:

- Caminata por los bordes de una laguna, que demuestra que el personaje está lejos de su hogar.
- La observación de las personas que rezan y ofrendan alimentos al pie de la tumba de los fallecidos, en el cementerio andino.

- El encuentro con personas (integrantes del grupo) en la vía férrea que, a través de la mirada, parecen preguntar hacia dónde se dirige el personaje principal.
- La observación de un parque de diversiones, lleno de luces y figuras monstruosas. Hace referencia a un momento en el que el personaje se desvía de su búsqueda.

Hay un proceso de transformación evidente en el personaje principal. Desde un primer momento, el cambio ocurre cuando él abandona su hogar, luego en el recorrido por el territorio andino y a través del ritual chamánico que lo transporta a otro tiempo. Finalmente, es en una cueva donde encuentra su respuesta.

Las funciones de las acciones que se identifican dentro de este relato son: el viaje, la obligación, la prueba y el retorno.

#### 4.1.4.4.1.2.2. Personajes

El personaje, a nivel físico, es un anciano de un pueblo indígena de América del Sur. Vive en Barcelona, pero está completamente solo. El recuerdo de su pareja provoca que salga en búsqueda de alguna respuesta. Al emprender la marcha, el anciano se encamina a cumplir una promesa y también a encontrar algo de paz interior (el personaje oscila entre estos dos objetivos).

En el plano psicológico, se observa que se trata de una persona sola, calmada, reflexiva, amorosa, tierna y leal; pero a la vez, debido a su soledad prolongada, se observan rasgos de tristeza y melancolía. Esta psicología responde, como demuestra la letra de la canción, a la partida de su pareja al más allá.

Según el modelo actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), el rol de sujeto recae sobre la figura del anciano y el de objeto, sobre un collar de su amada. El deseo

que moviliza al sujeto es la búsqueda de respuestas para obtener paz mental. Los remitentes son los integrantes de la banda que aparecen dentro del relato y, a través de la mirada, juzgan y guían el camino que recorre el sujeto. El destinatario es la misma persona (anciano). La figura del ayudante se observa en los chamanes que lo asisten para ingresar en otro mundo, y el oponente es el tiempo y la muerte.

#### 4.1.4.4.1.2.3. Escenarios

Los ambientes que se identifican en el videoclip son: por un lado, la habitación del personaje, donde se observan diferentes elementos que hacen referencia a su lugar de pertenencia. Por otro lado, imágenes panorámicas de la ciudad de Barcelona y los campos de Cataluña. La ciudad y los campos europeos ayudan a reforzar la idea de soledad y lejanía respecto a sus raíces. Ya en territorio ecuatoriano, en los diferentes sitios, se observan personas: algunas no se percatan de la presencia del personaje, pero otras lo miran directamente. Finalmente, el anciano encuentra una cueva oscura donde existen elementos precolombinos y andinos que dotan de mayor significado al video musical.

#### 4.1.4.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.4.4.2.1. Sustancia

La estructura general del video musical es homogénea. Es decir, no existe ninguna otra estructura independiente. Dentro de la historia aparecen integrantes del grupo, pero no están ejecutando ningún instrumento musical, cumplen otras funciones internas al relato.

#### 4.1.4.4.2.2. Códigos de iconicidad

Como se ha establecido en la sección correspondiente, los códigos icónicos son de distintas clases. En este video musical se utilizan códigos icónicos puros, como las imágenes que hacen referencia a la ciudad (en Barcelona), las montañas y lagunas (en Ecuador), personas en el cementerio, etc. Otros códigos icónicos, más cercanos al simbolismo, son: los atrapasueños, mapas de Sudamérica, lugares sagrados y objetos precolombinos, entre los principales.

Se trata de un anciano que vive en tierras europeas, pero hay un llamado interior que funciona como motor para emprender una aventura en busca de paz.

#### 4.1.4.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: se observan perspectivas de cámara fija.
- *Encuadres*: este videoclip utiliza una diversidad de encuadres. El primer plano se utiliza para mostrar las emociones en el rostro del personaje (en este caso, la tristeza y la melancolía). Luego están los planos detalles, recurso que se utiliza para mostrar los diferentes objetos que tienen sentido a lo largo del video musical. Los planos generales se utilizan para mostrar al sujeto cuando emprende la acción.

Al inicio, las acciones ocurren en un apartamento de Barcelona: ahí los planos hacen hincapié en el interior del personaje y sus detalles. Cuando el personaje emprende el viaje (a Ecuador), los planos utilizados dan mayor lugar a la naturaleza, el contexto y los objetos.

- *Iluminación:* la mayoría de acciones ocurren en el exterior, sin embargo, la luz natural no resulta suficiente. Por esa razón, el video se apoya en luces artificiales y en la corrección de color.
  
- *Color:* el video está grabado a color. Sin embargo, se observan diferentes tipos de tonalidad, dependiendo de las escenas. Algunas son más oscuras y otras, claras e intensas. Se considera que estos cambios no son producto de la planificación ni responden a algún sentido. Entonces, se puede decir que aparecen, en general, colores oscuros fríos, y muy pocas imágenes claras con alta intensidad. La creación del ambiente frío responde a la temática del videoclip.
  
- *Movimientos de cámara:* al interior del video musical se observan diferentes movimientos de cámara, pero los más habituales son: posición de cámara fija, paneo a los personajes, picados y contrapicados, tomas aéreas, *zoom in*.

#### 4.1.4.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

Al inicio, se identifica un diálogo interno, que solo se registra en el videoclip, ya que en la canción no existe. Este texto sonoro está integrado por los diálogos que ocurren dentro de la canción. Sin embargo, la ausencia de este diálogo interno no provoca ninguna pérdida de sentido del video musical.

#### 4.1.4.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales cumplen la función de ofrecer información sobre la letra, la agrupación musical y la casa productora. Al final se colocan los créditos de la producción.

#### 4.1.4.4.2.6. Punto de vista

El relato de este videoclip tiene un tipo de punto de vista denominado focalización interna fija. La historia es narrada desde la visión, conocimiento y emotividad del personaje principal masculino. La letra de la canción viene a reforzar, de forma determinante, dicha perspectiva.

#### 4.1.4.5. Análisis de la representación

##### 4.1.4.5.1. Niveles de representación

Los elementos que están dentro de la imagen y que hacen referencia a la cultura andina durante todo el videoclip son los atrapasueños, elemento simbólico asociado a los pueblos originarios de América.

El personaje en escena tiene rasgos indígenas. Se llega esta interpretación a partir de su cabello largo hecho trenza y de fotografías que lo muestran vestido con trajes típicos.

Otros elementos, como los mapas, también ayudan a comprender el origen del sujeto y ubicar geográficamente la canción. Además, complementan el sentido las líneas de ferrocarril (el camino que guía la búsqueda) y las personas que pertenecen al pueblo indígena de Otavalo.

#### 4.1.4.5.2. Espacios

Los espacios que recorre el caminante de este videoclip inician en la ciudad de Barcelona, España, pasan por los campos de Cataluña y aterrizan en territorio ecuatoriano, en la periferia de la ciudad de Otavalo. Ya en Ecuador, se recorre un pueblo pequeño donde existe una línea de ferrocarril, un cementerio indígena, lagunas naturales, páramos andinos, montañas verdes, y al final, ingresa en un espacio real y simbólico para hacer rituales andinos.

Con todo lo dicho se puede observar que, en términos de espacio, se identifica una mixtura entre espacios de tipo dinámico descriptivos (la ciudad y el campo) y expresivos (rituales y simbologías). Asimismo, se ubican espacios unitarios y profundos.

#### 4.1.4.5.3. Tiempo

El tiempo que se puede observar es un presente cercano, pero se evidencia que también hay un tiempo psicológico interno. Más adelante, se evidencia un tiempo sagrado. El ingreso a este tiempo sagrado se produce luego de realizar un ritual, que en el mundo andino toma el nombre de “purificación” o “limpieza de energías”. Como se observa en las imágenes, para realizar ese acto ritual se utilizan hierbas medicinales, licor, habanos, agua y fuego. El ingreso en el tiempo sagrado provoca una transición de la persona purificada hacia recuerdos de su niñez, además de una identificación con los animales de la sierra ecuatoriana, las montañas verdes, y la luna. La conexión con estos elementos permite la revelación del símbolo más importante en la cultura andina: el sol. La figura del sol identifica un lugar donde se encuentran figuras precolombinas, como es el caso del mandala andino.

Con lo expuesto, y en relación a las categorías que se vienen trabajando, se puede decir que en términos de colocación se trata de un pasado no muy lejano, y el orden del tiempo es cíclico, es decir, que hay una relación entre el inicio y final. En lo concerniente a la duración, se utilizan elipsis, extensión y resumen. Y en términos de frecuencia, se trabaja un estilo simple, es decir, las imágenes se presentan una sola vez.

#### 4.1.4.6. Resumen conclusivo

Este videoclip es completamente narrativo a pesar de que los mismos artistas se convierten en actores dentro del relato. En términos de relato, la narrativa es orgánica, es decir, los diferentes elementos se agrupan de forma fuerte. La acción dramática es ascendente hasta culminar en el clímax, cuando el personaje finalmente encuentra las respuestas a su pregunta. Esta historia entra en el esquema de análisis de la figura del héroe de Campbell (citado en Chamorro, 2016-2017) y Vogler (1998).

#### 4.1.5. “Unan las manos” - Los Nin

##### 4.1.5.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Unan las manos
<b>Nombre del artista</b>	Los Nin
<b>País y ciudad</b>	Otavallo – Cotacachi, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2018
<b>Duración</b>	5:50
<b>Casa productora</b>	<i>Urband</i> Colectivo

**Imagen 11.** *Fotogramas del videoclip “Unan las manos” del grupo musical Los Nin.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.5.2. Descripción general

Los Nin son una banda de *hip-hop* andino de la provincia de Imbabura, conformado por jóvenes de la cultura *kichwa*. Según la información recogida en su página web oficial, con su música tratan de reivindicar y fortalecer la lengua materna: el *kichwa*, expresar la realidad de los pueblos y su resistencia al abuso del poder. En el terreno musical, combinan sonidos locales y foráneos para atraer a la juventud.

#### 4.1.5.3. Sinopsis

Un empleado de limpieza es acusado injustamente de sustraer un reloj que pertenece al principal directivo de la empresa. El empleado niega la acusación, pero se siente impotente cuando el jefe y el personal de seguridad no dan crédito a su versión. El muchacho se escapa de las acusaciones, se esconde, y al final forcejea con el personal de seguridad hasta que, finalmente, otro empleado de limpieza encuentra el reloj del jefe en los sanitarios de la empresa.

#### 4.1.5.4. Análisis narrativo

##### 4.1.5.4.1. Historia o contenido

##### 4.1.5.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Este relato hace referencia a la vida de los indígenas en la ciudad. Se observan los roles más frecuentes dentro de la estructura social mestiza, y se describe las constantes injusticias y maltratos que se cometen hacia los indígenas. Del mismo modo, desde la otra orilla, se muestra la solidaridad y la fuerza de las raíces de los pueblos originarios.

#### 4.1.5.4.1.2. Existentes

##### 4.1.5.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Las acciones principales recaen sobre el protagonista. Las motivaciones principales obedecen al sacrificio, porque el personaje lucha contra una injusticia.

Los principales acontecimientos (nucleares) que se observan en esta estructura narrativa son:

- *Primero*: la acusación de robo de un reloj perteneciente al director general. Es el conflicto que cambia la situación inicial (primer punto de giro).
- *Segundo*: el empleado, al ser sometido a una serie de acusaciones, no soporta más la injusticia y escapa de la situación, por lo que los guardias empiezan a perseguirlo.
- *Tercero*: en la terraza de la empresa, el protagonista desea lanzarse al vacío debido a las acusaciones falsas e injustificadas. Los empleados de seguridad piden con desesperación que devuelva el reloj.
- *Cuarto*: otro empleado de servicio encuentra el reloj que el jefe había olvidado en el baño y acude inmediatamente a informar de este malentendido. Mientras tanto, en la terraza, el empleado acusado y acorralado pelea con un guardia de seguridad.

El personaje principal sufre diferentes transformaciones durante el transcurso de la narrativa. En primer lugar, el acuse de robo rompe con la cotidianidad del personaje. Aquí hay una transformación hacia lo negativo, que se profundiza con la persecución. Solo cuando el otro empleado encuentra el reloj en el baño, el personaje vira hacia un estado positivo. Finalmente, el malentendido se soluciona (esto último se interpreta, ya que no aparece en las

imágenes) y el personaje se inserta en un contexto familiar para él. Sin embargo, la solución del problema no es volver al inicio, es decir, el personaje vuelve a una aparente normalidad, pero hay un resquicio de las situaciones ocurridas en la empresa. Por esa razón, regresa a su comunidad. La entrada en el espacio – tiempo de festejo indígena lo coloca en un mejor lugar para una recuperación, y así, lo lleva hacia una transformación positiva.

Los tipos de conflictos que se pueden observar, según la tipología de Canet y Prósper (2009), son conflictos extra personales y personales, ya que la figura del jefe es un sujeto, pero a la vez, representa las condiciones culturales de presión y estigma que sufren la mayoría de los sujetos indígenas.

Las funciones que se identifican son: el engaño, la reparación a la falta y el retorno.

#### 4.1.5.4.1.2.2. Personajes

Dentro de este relato se identifican dos actores principales: el sujeto acusado injustamente y el director general de la organización. Como personajes secundarios están: los empleados de seguridad, la recepcionista, el fotógrafo y otro empleado de servicio.

El personaje principal del video musical es una persona de estatura pequeña, color de piel morena y cabello largo hecho trenza. Trabaja en una empresa haciendo labores de limpieza. Psicológicamente, es representado como una persona responsable, puntual, amistosa, servicial, tímida y creativa. Se trata de un sujeto originario de un pueblo indígena que vive integrado en las dinámicas de la ciudad moderna. El principal rol de este personaje dentro de la narrativa es activo, la acusación infundada de acto ilícito provoca que realice acciones para buscar justicia. Por esa razón, él es el protagonista de las acciones y el motor que provoca el avance de la narración (Vilches, 2017).

El director general parece amistoso con sus empleados, pero es una persona con memoria frágil, irresponsable y nada comprensivo. Su contextura física es delgada y viste de traje. Su principal rol es el de oponente, acusando de actos criminales a personas inocentes.

Hay otros personajes que, aunque secundarios, cumplen la función de ayudantes: la secretaria, el fotógrafo y el otro muchacho que realiza la limpieza dentro de la empresa.

Sometiendo el relato al análisis del modelo actancial de Greimas, se puede observar que el sujeto es el muchacho indígena y el objeto de deseo es la justicia. El remitente está en la figura del colibrí que guía espiritualmente al protagonista y a los integrantes de la banda. Esta figura aparece varias veces en el relato. El destinatario recae en el mismo muchacho indígena. En el resto de actantes, que hacen referencia a los empleados de servicios y la comunidad indígena a la que retorna, se observan varios ayudantes como la figura del fotógrafo, la secretaria y otro empleado de servicio. El oponente es el gerente general que está ayudado por los guardias de seguridad.

#### 4.1.5.4.1.2.3. Escenarios

Se observan dos ambientes: uno urbano laboral y el otro rural comunitario. El ambiente laboral está representado con oficinas bien diseñadas, pulcras, colores fríos (blanco, negro y gris), lo que genera un aspecto hostil, con sitios oscuros. El ambiente rural comunitario, en cambio, está caracterizado con imágenes mucho más cálidas, alegres, que denotan la unidad y el festejo en comunidad del pueblo indígena. Las primeras imágenes se podrían ubicar en la categoría de escenarios estéticos – decorativos, mientras que las segundas cumplen una función explicativa (Genette en Canet y Prósper, 2009).

#### 4.1.5.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.5.4.2.1. Sustancia

La estructura de este video musical contiene un solo bloque, en el que se cuenta la historia. Si bien es cierto que aparecen los integrantes de la banda, su aparición no es musical, tienen otras funciones dentro de la narrativa.

##### 4.1.5.4.2.2. Códigos de iconicidad

En el interior del videoclip existen diversos personajes. Para que sus características se materialicen en el video, se ha utilizado una serie de imágenes icónicas, como el gerente o director con traje, camisa blanca y corbata oscura. Por otro lado, el indígena, de baja estatura, con vestimenta azul oscura y despeinado.

Asimismo, el espacio y el mobiliario poseen colores contrapuestos que van en la gama del blanco, gris y negro.

##### 4.1.5.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: se observan perspectivas fijas naturales en la mayor parte del videoclip.
- *Encuadres*: la mayoría de encuadres que se utilizan en este video musical son: primeros planos, planos detalles, y planos medios. Los primeros planos sirven para mostrar los diferentes rostros de los personajes que aparecen en pantalla. Se puede evidenciar, así, la desesperación, el enojo y la liberación del personaje principal.

También se utiliza este encuadre cuando los integrantes de la banda musical aparecen en escena, pero solo se hace hincapié en sus miradas. En cambio, el plano detalle es utilizado para registrar pequeños objetos, en este caso la imagen del colibrí. Los planos medios son un recurso para mostrar las acciones de y entre los personajes.

- *Iluminación:* la mayoría de las acciones ocurren en espacios interiores, por esa razón se interpreta que se necesitó de iluminación artificial para que las imágenes queden bien logradas.
  
- *Color:* el video musical es a color. Sin embargo, los tonos que se manejan son fríos. Solo al final, cuando al personaje parece regresar a su comunidad, hay otra tonalidad: en ese ámbito existe un color más intenso, saturado y cálido.
  
- *Movimientos de cámara:* se evidencia la existencia de cámaras que se mueven siguiendo la acción del personaje.

#### 4.1.5.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

No existen sonidos que estén por fuera de la canción. La relación entre la letra de la canción y la imagen audiovisual es difusa. El relato del video se concentra en la injusticia, mientras que la canción hace alusión a diversos temas como la lucha popular, la denuncia social, el imperialismo, la discriminación y la invitación a la unidad popular.

#### 4.1.5.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales son utilizados para informar sobre los datos de la canción, artistas y casa productora. Al final se colocan los créditos de la obra audiovisual.

#### 4.1.5.4.2.6. Punto de vista

El punto de vista de la narración es de estilo no focalizado o focalización cero. Es decir, el relato se cuenta desde la figura de un narrador que conoce todos los acontecimientos. Así, si bien el personaje no sabe que el reloj está olvidado en el baño, el narrador, desde su punto de vista, nos muestra que todo lo que le ocurre al protagonista es una injusticia.

#### 4.1.5.5. Análisis de la representación

##### 4.1.5.5.1. Niveles de representación

Este videoclip abre con una imagen del volcán Cotopaxi y las calles de la ciudad de Quito, marcando una referencia territorial tanto a nivel de la historia como de la canción.

Un elemento importante que aparece en distintas formas durante todo el videoclip, es el símbolo del Colibrí o Quinde. Simbólicamente, esta pequeña ave representa la belleza y la libertad.

El personaje está caracterizado como un empleado, casi de último rango, que realiza tareas de limpieza y servicios de oficina. Es un hombre de estatura pequeña, cabello negro trenzado y piel morena. En el lugar de trabajo utiliza un uniforme gris. Es creativo, tímido, honrado, y fuerte.

En la parte final del video musical hay un regreso a las raíces indígenas. Allí, en cámara lenta, se observan danzas festivas muy propias de los pueblos indígenas.

#### 4.1.5.5.2. Espacios

La historia sucede en la ciudad de Quito, y el lugar donde ocurren las acciones del relato son oficinas que se describen visualmente como modernas y limpias. Estos primeros espacios se pueden catalogar como espacios dinámicos descriptivos. Al final de la historia, en cambio, hay un espacio que hace referencia al pueblo indígena, donde se encuentran otras personas que están bailando y danzando. El personaje principal accede a ese espacio lentamente, y una vez que es identificado, lo invitan a ser parte de la comunidad. Este espacio responde al tipo de espacio dinámico expresivo.

Con todo lo dicho, ahora de manera general, se puede concluir que los espacios de este videoclip son orgánicos unitarios, profundos y cerrados.

#### 4.1.5.5.3. Tiempo

Hay un tiempo cotidiano que es representado en las actividades urbanas y laborales (donde la imagen es minimalista y de tonalidad fría); y otro tiempo sagrado, identificado como un tiempo de fiesta y comunidad (la tonalidad de la imagen es más cálida y conjuga muchos elementos en un estilo más barroco). Con todo lo antes mencionado, y en relación a las categorías que se están trabajando, se puede observar que el tiempo de colocación es un pasado no muy lejano; el orden hace referencia a un tiempo lineal no vectorial, es decir que hay un orden, pero que al final se rompe, con la inserción de imágenes de la fiesta indígena.

La duración del tiempo es normal en casi toda la narración, excepto a final, en el momento de la fiesta indígena, cuando hay un tiempo de dilatación (extensión).

#### 4.1.5.6. Resumen conclusivo

Este videoclip narra la historia de un personaje indígena en la ciudad. Si bien es cierto que utiliza una imagen estereotipada de un indígena que realiza labores de limpieza, con actitudes sumisas y comportamientos tímidos, a lo largo de la historia se reivindica su rebeldía, su lucha y el valor de unión en comunidad que recorre sus venas.

El video es completamente narrativo (aunque al final se hagan presentes los miembros de la banda, su colocación no es preponderante). Así, la narración es orgánica: hay una relación fuerte entre los personajes, los ambientes y las acciones. La acción dramática es ascendente y se identifica claramente el clímax. Esta historia encaja en el esquema de análisis del viaje del héroe de Campbell (citado en Chamorro, 2016-2017) y Vogler (1998).

#### 4.1.6. “Rina cani” – Winiaypa

##### 4.1.6.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<b>Rina Cani</b> (En español: “Me tengo que ir”)
<b>Nombre del artista</b>	Winiaypa (En español: “Seguir creciendo”)
<b>País y ciudad</b>	Otavalo, Ecuador / Barcelona, España
<b>Año de producción</b>	2019
<b>Duración</b>	5:39
<b>Casa productora</b>	Zero Producciones

**Imagen 12.** Fotogramas del videoclip “Rina Cani” del grupo Winiaypa.



Nota: elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.6.2. Descripción general

Los hermanos Gramal fundaron la agrupación musical Winiaypa en Alemania en 1991. La idea a partir de la que nació el proyecto musical fue contar la contemporaneidad del mundo indígena, sobre todo de la ciudad de Otavalo. Winiaypa es fiel a su significado: se considera como un grupo abierto a seguir explorando y creciendo, con el objetivo de crear identidad en las nuevas generaciones de indígenas (Winiaypa, 2020).

#### 4.1.6.3. Sinopsis

Un muchacho indígena, que tiene la profesión de músico, debe marcharse al extranjero por trabajo, pero esta partida está cargada de dolor y tristeza porque tendrá que dejar a su novia en territorio ecuatoriano.

#### 4.1.6.4. Análisis narrativo

##### 4.1.6.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.6.4.1.1. Sustancia: referente e ideología

Una pareja de novios tiene que separarse porque uno de ellos debe viajar al extranjero para trabajar como músico. En este argumento se observan rasgos comunes del pueblo *kichwa* de Otavalo, ya que muchos de sus integrantes deben viajar constantemente por ser artistas o comerciantes a nivel mundial (estas personas son conocidas como *mindalaes*).

#### 4.1.6.4.1.2. Existentes

##### 4.1.6.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Las acciones principales recaen sobre el protagonista principal masculino, que será el motor de este relato. Las motivaciones que movilizan la acción son la partida y la pérdida.

Los acontecimientos que se consideran nucleares dentro de esta estructura narrativa son:

- *Primero*: el llanto de la chica en la ventana al enterarse de que su novio tiene que partir por trabajo. Esta escena se considera como el punto de quiebre.
- *Segundo*: la despedida definitiva de la pareja en la oscuridad de la noche (clímax).

Además, se observan acontecimientos satelitales donde el personaje principal recuerda los momentos vividos con su pareja. Hay una reiteración de este tipo de acontecimientos hasta el final, cuando él parte de viaje.

Los personajes del video musical son dos: el muchacho y la muchacha. Los procesos de cambio o transformación son más notorios en el personaje masculino, ya que al inicio se lo observa lidiando con la tristeza de marcharse y al final lo hace, mientras que la muchacha está triste desde el inicio del relato y culmina de la misma manera.

La principal función que se observa dentro de la acción es caracterizar el alejamiento de la persona amada y la tristeza que genera.

#### 4.1.6.4.1.2.2. Personajes

Respecto a los dos personajes (masculino y femenino), hay un mejor trabajo en el personaje masculino: un joven indígena que se dedica a la música y, por esa razón, debe viajar a trabajar en el exterior, a pesar de los vínculos cotidianos y amorosos. A este personaje se lo puede describir como cariñoso y atento. La noche antes de partir, se observa en su rostro preocupación y tristeza.

El personaje femenino se trabaja más desde la parte física que desde la psicológica. Se observa a una mujer joven que viste prendas que pertenecen a la cultura *kichwa* de Otavalo. En lo psicológico, aparece como una mujer cariñosa, dulce e ilusionada. Además de los mencionados, no se observan otros rasgos para su interpretación.

Analizando el relato con la lupa del modelo actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se observa que el sujeto es la muchacha indígena y el objeto es el enamorado que parte de viaje. El deseo movilizador es que la persona amada se quede cerca para siempre. No se identifica un remitente, y el destinatario sería la misma chica, pero al final no existe ningún beneficio. No se identifica al actante ayudante, y el opositor es el destino.

#### 4.1.6.4.1.2.3. Escenarios

Los ambientes donde ocurre la historia son dos: el primero, la habitación de una casa campestre, sin ningún tipo de decoración específica. Un escenario sobrio. El segundo escenario es un espacio natural: las Cascadas de Peguche de la ciudad de Otavalo, sitio sagrado y turístico de la provincia de Imbabura.

#### 4.1.6.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.6.4.2.1. Sustancia

El video musical es de estilo descriptivo narrativo (Sedeño, 2007). Este estilo de videoclip tiene dos bloques perfectamente identificados: en el primer bloque se describe o se presenta a los artistas; y en el segundo, se desarrolla la narrativa. El relato de este videoclip es muy breve, por lo que se observa un mayor peso de lo descriptivo.

##### 4.1.6.4.2.2. Códigos de iconicidad

No se evidencia distorsión de la imagen, es decir, las imágenes son icónicas, reflejan fielmente la realidad (no hay imágenes de tipo abstracto). Se observa que hay composición básica, las construcciones de los diferentes planos son equilibradas.

Los códigos iconográficos que se pueden destacar en relación a los personajes y el relato son: su caracterización como jóvenes indígenas (vestimenta típica de la muchacha y cabello largo en el varón), la profesión del hombre que es músico (ícono muy común en la población *kichwa*) y la Reserva Natural de Peguche como fondo de la canción y escenario de la narración.

##### 4.1.6.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: en algunas imágenes hay ejercicios de desenfoco.
- *Encuadre*: existe la utilización de primeros planos, planos detalles, planos medios y planos generales. Los primeros planos son utilizados para mostrar el rostro y las

emociones de los personajes. Los planos detalles, para mostrar la ejecución de los instrumentos musicales. Los planos medios están para mostrar a los artistas, que caminan mientras tocan los instrumentos. Los planos generales se utilizan para exhibir y ubicar el espacio natural donde se encuentran los artistas y los personajes del relato.

- *Iluminación*: las diferentes escenas y secuencias de este video musical se han grabado en el día y la noche. En ese sentido, existe la utilización de una luz natural y una artificial. En ambos casos, la utilización de la iluminación es sobria y adecuada; sin embargo, al final, en la última secuencia, donde los novios se separan, la imagen es completamente oscura, lo que afecta en forma negativa al espectador para mirar o emocionarse con el desenlace (clímax).
- *Color*: el video musical está producido a color. Existen dos estructuras de color: la primera hace referencia a las imágenes que se han grabado en el día. Se trata de imágenes nítidas a las que se les ha agregado la corrección de color centrada en los azules y rojos. La segunda estructura responde a aquellas escenas que ocurren en la noche. Allí, hay una oposición entre los colores oscuros y los amarillos, que da como resultado un fuerte contraste.

*Movimientos de cámara*: al inicio del videoclip hay un acercamiento de cámara combinado con un movimiento circular de derecha a izquierda. Luego hay un paneo lento sobre rostro de la chica que está llorando. Los paneos lentos, los movimientos de arriba hacia abajo, los *trávelin* y los acercamientos de cámara son los recursos

más utilizados para dinamizar el tema de la desesperación, la angustia, la tristeza y la resignación.

#### 4.1.6.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La canción y la imagen audiovisual se relacionan directamente en la mayor parte del video musical. Esto se observa, por ejemplo, cuando el sonido de la guitarra coincide con la aparición en escena del ejecutante de ese instrumento. Esto no es una casualidad, responde a la necesidad de mostrar en pantalla a un artista internacional que ha sido invitado por la banda para la producción de esta canción. Del mismo modo, algunos pasajes de la letra de la canción coinciden con la interpretación vocal de la voz principal del grupo.

Por otro lado, la letra de la canción habla de la partida de un ser amado. También en ese sentido, la letra de la canción y el video coinciden. Ambos elementos profundizan en el mismo tema.

Al inicio se identifican sonidos de grillos que están por fuera de la canción, pero son elementos intradieгéticos del relato.

#### 4.1.6.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

La canción está cantada completamente en idioma *kichwa*, y los textos que se observan el video son los subtítulos en castellano. Además, se identifican al inicio de la canción los textos que brindan información sobre la canción, el grupo musical y la casa productora.

#### 4.1.6.4.2.6. Punto de vista

Este relato audiovisual es de tipo focalización interna fija, es decir, lo que se presenta en pantalla se narra desde los pensamientos, valores y conciencia del personaje principal, en este caso de la protagonista femenina. Sin embargo, al compararlo con el punto de vista de la canción, se observa que ésta trata de reforzar la perspectiva del personaje masculino.

#### 4.1.6.5. Análisis de la representación

##### 4.1.6.5.1. Niveles de representación

Desde el inicio, se presenta la imagen de una mujer indígena otavaleña, lo que se interpreta por la vestimenta tradicional que lleva puesta. Desde el lado del personaje masculino, se identifica el pasaporte ecuatoriano, que permite observar la pertenencia territorial.

Las imágenes de la agrupación musical están intercaladas en la historia que se narra. Los integrantes se muestran con vestimenta moderna, pero su rasgo de identificación con la cultura indígena es el cabello largo hecho trenza. Otro rasgo de identificación cultural es la lengua: la canción está cantada completamente en idioma *kichwa*.

Asimismo, dentro de la parte musical, si bien se observa que uno de los integrantes de la banda ejecuta un instrumento que no es propio de los pueblos andinos, como es una guitarra eléctrica, también se observan instrumentos tradicionales como la quena.

#### 4.1.6.5.2. Espacios

Los espacios que se han utilizado en este video musical son: una casa estilo campestre donde se desarrolla una parte de la historia, y un entorno natural donde ocurren otras tomas.

La agrupación musical, en cambio, se muestra siempre en el mismo ambiente natural, tanto en el día como en la noche. A nivel de la historia y la exposición de los artistas, se escoge aquel lugar porque es un rasgo de identificación con el territorio de Otavalo. Tiene mucho significado espiritual y turístico.

#### 4.1.6.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación del relato es un pasado no muy lejano. El orden del tiempo es lineal, es decir que la historia tiene un inicio, un desarrollo y un final. La duración del tiempo es anormal en algunos pasajes de la historia, es decir, se utiliza una dilatación de ciertas escenas. Finalmente, la frecuencia de acontecimientos que se observa es simple, es decir, las acciones se presentan una sola vez.

#### 4.1.6.6. Resumen conclusivo

Este videoclip es de estilo más representacional, la narración que ocurre es débil y superficial, ya que no se alcanza a descifrar las características psicológicas de los personajes, sus motivaciones y sus conflictos, solo se vislumbra el dolor por la partida de un ser querido. Los personajes tienden a ser monótonos y las acciones reiterativas sobre un mismo tema. La acción dramática va en descenso, el punto más álgido es la noticia de partida (al inicio), luego las imágenes muestran las emociones de los protagonistas, pero no se identifica un

clímax concreto al final. Solo hay una transformación del personaje principal hacia el deterioro, y finalmente, una actitud de resignación.

En el componente de la representación se observa que los ambientes hacen referencia a un lugar rural de la ciudad de Otavalo, pero eso no influye o no dota de ningún significado especial al video musical: el decorado es descriptivo.

#### 4.1.7. “*Shungu chakishka*” - Ñucanchi ñan

##### 4.1.7.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Shungu Chakishka</i> (En español: “Corazones secos”)
<b>Nombre del artista</b>	Ñucanchi Ñan (En español: “Nuestro camino”)
<b>País y ciudad</b>	Otavalo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2017
<b>Duración</b>	7:06
<b>Casa productora</b>	<i>Allyu Records</i>

**Imagen 13.** Fotogramas del videoclip “*Shungu Chakishka*” de la agrupación Ñucanchi Ñan.



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.7.2. Descripción general

Ñucanchi Ñan es una agrupación musical referente de la ciudad de Otavalo. Según datos de su biografía, publicados en su cuenta de *Facebook*, esta agrupación nace en el contexto de la fiesta del *Inti Raymi*, la fiesta más importante de los indígenas. Su objetivo como grupo es rescatar y difundir las tradiciones y costumbres de los pueblos indígenas, y ven la música como el recurso que permite estrechar lazos de paz, amor y amistad.

#### 4.1.7.3. Sinopsis

Un muchacho se prepara para ir a una fiesta y conocer a una chica. En la fiesta, consigue el número telefónico de la chica, más tarde la invita a salir y ella acepta. Al final, por un retraso del chico y una confusión por parte de la muchacha, la joven mujer es abordada por otro hombre que estuvo en la fiesta. Ella, al pensar que se trataba del muchacho en cuestión, acepta irse con él.

#### 4.1.7.4. Análisis narrativo

##### 4.1.7.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.7.4.1.1. Sustancia: referente e ideología

Un muchacho tiene una ilusión amorosa por una chica. Éste pretende conocerla en la fiesta y conseguir una cita, y aparentemente lo consigue. Se pueden observar algunos rasgos de identidad propios y otros elementos extranjeros que se han adaptado a la cultura indígena. Los rasgos identitarios son las celebraciones grupales (o comunales) y los elementos

foráneos son los espacios de celebración, objetos (vehículos de alta gama) y los alimentos que se sirven dentro de la celebración (copas de vino y pasteles).

#### 4.1.7.4.1.2. Existentes

##### 4.1.7.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Los acontecimientos que se consideran como principales son:

- *Primero*, el chico adolescente se prepara para ir a una fiesta de cumpleaños. Practica la manera de pedir permiso para bailar con la chica que le gusta (la cumpleañera). En esta escena se presenta al personaje principal, y se puede derivar que el muchacho es inexperto en temas de amor.
- *Segundo*, la chica (Zuly) es homenajeada por su cumpleaños en un local de recepciones. Luego de soplar la vela, ella se levanta de la mesa para entregar un trozo de pastel a alguien, pero en el camino impacta con un chico. El chico aprovecha la oportunidad para hablar con ella y pedirle su número telefónico. Ella accede. Este es un acontecimiento relevante porque a partir de allí se desencadenan las siguientes acciones.
- *Tercero*, el muchacho consigue bailar con la chica que le gusta, pero es interrumpido por otro chico algo mayor que él. La chica, sin ningún tipo de conflicto, accede a bailar con el chico nuevo, desplazando al muchacho más joven e inexperto. El muchacho se siente frustrado y se aleja. La chica mira con tristeza cómo se aleja, pero no hace nada.

- *Cuarto*, el muchacho se anima a escribirle a la chica a través de mensajes de texto. La muchacha acepta quedar en una cita en días posteriores.
  
- *Quinto*, el clímax: la chica se encuentra sola esperando en el lugar que previamente habían acordado, pero aparece otro chico, que también fue parte de la fiesta, y observa a la chica. Él no desaprovecha la oportunidad, la invita a subir en su auto y ella acepta, pensando que era el muchacho que le había escrito en días pasados. La chica se sube al auto y se marchan. Pocos segundos después, a los lejos, llega el primer chico, aquel que la había citado, con flores en la mano, gritándole desde lejos para que no se vaya, pero no consigue detenerlos.

Las transformaciones que se observan en los tres personajes van en distintas direcciones. Respecto al personaje principal (muchacho joven) su proceso de transformación es hacia el deterioro. Él está en una situación tranquila pero los acontecimientos lo encaminan a estados emocionales negativos (frustración y desilusión).

El segundo personaje principal (la chica) sufre una transformación mínima, aparentemente, hacia un estado de mejoramiento. El tercer personaje (muchacho mayor), sufre una transformación relativa. Al inicio trata de seducir a la chica y al final cabe la posibilidad de que lo haya logrado, aunque eso no queda claro en las imágenes. En ese sentido, se produce una transformación mínima hacia un estado de mejoramiento.

Las principales funciones que cumplen las acciones dentro del relato son: el engaño y la prueba.

#### 4.1.7.4.1.2.2. Personajes

Se identifican tres personajes que hacen girar el relato: un joven indígena citadino, de la ciudad de Otavalo. Su aspecto físico es moreno, alto y grueso. A nivel psicológico, se muestra como una persona alegre, divertida y extrovertida. Está enamorado de Zuly (personaje femenino). Es romántico, soñador; pero impuntual. No tiene mucha suerte ni experiencia en el amor. Cumple un rol activo dentro de la narración.

Zuly es el personaje femenino, una joven indígena de la ciudad de Otavalo. En el aspecto físico es de mediana talla, su piel es blanca y el cabello negro (objeto de deseo). A nivel psicológico, es amable con las personas que entablan conversación con ella. Al parecer, muchos la pretenden, pero ella no se compromete con nadie. No existen otras características que hagan más complejo al personaje.

Por último, hay un personaje oponente: el segundo muchacho. Se trata de un hombre joven, pero mayor que el personaje principal de este relato. Su contextura es gruesa, es moreno y con cabello oscuro. En lo psicológico, es un hombre decidido, manipulador y aprovechador de las situaciones que se le presentan. Es un hombre con experiencia en temas amorosos y posee recursos materiales. Cumple el rol de oponente, y como tal, no permite que el héroe cumpla con su cometido.

Al aplicar el modelo actancial, el sujeto recae sobre la figura del muchacho más joven, el objeto de deseo será la muchacha de nombre Zuly. El deseo que moviliza el relato es tener una cita con la muchacha indígena. No se identifica la figura del remitente y tampoco la figura de destinatario. De igual manera, no se observan ayudantes. El oponente, como se indicó, es el muchacho mayor que aprovecha las oportunidades.

#### 4.1.7.4.1.2.3. Escenarios

Los escenarios por donde transcurren las acciones son: el local de recepciones, donde hay músicos y gente invitada a la fiesta; luego está el espacio de la florería, que refuerza el sentido del video musical; y finalmente, se identifica un espacio público abierto. De los tres espacios observados solo dos cumplen con una función determinada: un decorado equilibrado en el primer caso (Casetti & Di Chio, 1998) y una función explicativa en el segundo (Genette en Canet & Prósper, 2009). El último espacio es meramente referencial, cumple la función estética – decorativa (Genette en Canet & Prósper, 2009).

#### 4.1.7.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.7.4.2.1. Sustancia

Se trata de un video musical de tipo descriptivo – narrativo. Ambos tipos de elementos se combinan para cumplir diversas funciones como promocionar la canción, presentar a la agrupación musical, mostrar una fiesta indígena y desarrollar un relato. La canción es cantada en idioma *kichwa*.

##### 4.1.7.4.2.2. Códigos de iconicidad

No se evidencia ninguna distorsión de la imagen, todas son icónicas. La importancia del relato se concentra en las acciones del personaje, y por esa razón, en la composición se abandona la planificación detallada de los escenarios que recorren los personajes.

Los rasgos que se destacan en los personajes principales indican que son jóvenes indígenas, con sus trajes típicos (sobre todo en la mujer). También se hace una referencia a

una fiesta de quince años, aunque la costumbre de dicha celebración no es originaria de este pueblo, se trata de una adaptación cultural.

#### 4.1.7.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: en la mayoría de casos se utiliza una perspectiva fija natural, excepto en el espacio del local de fiesta, donde también se observan tomas desde el aire. Se utiliza este recurso para mostrar a la comunidad bailando en círculo.
- *Encuadres*: los principales encuadres que se identifican son primeros planos, planos medios y planos generales. Los primeros planos sirven para mostrar los rostros y las gestualidades de los personajes. Los planos medios están para mostrar la acción de los personajes. Estos dos tipos de planos resultan de mucha importancia porque demuestran las emociones de los personajes y también la integración en comunidad a través del baile en conjunto. Finalmente, se observan planos generales, pero desde un picado, y en algunos pasajes del video se utilizan *travelines*.
- *Iluminación*: la iluminación proviene de fuentes naturales y artificiales, ya que la mitad de las acciones entre los personajes ocurre dentro del local donde se realiza la celebración.
- *Color*: el video es a color. Sin embargo, hay dos estructuras de colores que se identifican. Los colores de las escenas que se dan dentro del local de celebración son intensos y varían, otorgando mayor dinamismo y atractivo. La fuente de creación de estos colores son los sistemas de luces que están en la tarima de los artistas. Cuando

las escenas son exteriores, en cambio, los colores son algo más opacos y apagados. A esto se añade que los personajes varones también están vestidos con colores y tonos bajos, cerca del azul, gris y negro.

- *Movimientos de cámara:* las cámaras fijas están para registrar a los personajes del relato. Los movimientos de cámara se utilizan para mostrar a los artistas. Se observan paneos lentos y picados, entre los más frecuentes.

#### 4.1.7.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

Existe poca relación entre la canción y las imágenes audiovisuales. Cuando las relaciones ocurren, es para destacar alguna frase de la canción o el sonido de algún instrumento musical. Según las funciones del video musical, desde la postura de Goodwin (Sedeño, 2016), éste sería de ilustración. Es decir, se explica un detalle de la canción con toda una historia.

Además, antes de que inicie la canción que se promociona, existe otra canción de fondo, que pertenece a la misma agrupación musical. Esa canción es de carácter intradieético.

Asimismo, se identifican otros sonidos: al momento de cantar grupalmente la canción de cumpleaños, por ejemplo, se escucha otra música que hace referencia al motivo de la fiesta.

#### 4.1.7.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Al inicio del video, se observa al personaje teniendo un parlamento frente al espejo. Luego hay una actividad grupal (cantar la canción de cumpleaños). Finalmente, el vocalista de la banda musical dedica unas palabras a la chica homenajeada. En ese mismo saludo, el vocalista presenta a la agrupación musical.

En el interior de la canción se puede escuchar otro código verbal, pero éste pertenece a la estructura de la canción. Se trata de una frase tipo eslogan de la banda musical: *Ñucanchi Ñañ, tukuy shunguguan*<sup>27</sup>.

#### 4.1.7.4.2.6. Punto de vista

En este relato audiovisual se observa un tipo de focalización interna fija. La narración está contada desde la conciencia del personaje principal. La canción ayuda a reforzar este punto de vista.

#### 4.1.7.5. Análisis de la representación

##### 4.1.7.5.1. Niveles de representación

El video musical inicia con la representación de una celebración. Se trata de la fiesta de cumpleaños de una chica (al parecer, una fiesta de quince años). En aquella congregación festiva se pueden observar diversos elementos de identidad e hibridación cultural.

Las fiestas de cumpleaños no solo resaltan la parte festiva del acontecimiento, también implican una relación con la religiosidad católica del pueblo indígena. En este tipo

---

<sup>27</sup> Ñucanchi Ñan (nombre de la banda), con todo el corazón.

de festividades se observan dinámicas de integración y consolidación de la identidad grupal, pero también la adopción de costumbres foráneas. El festejo de un cumpleaños en un local amplio y elegante, por ejemplo, no es algo que se podría catalogar de tradicional. Además, se observan elementos como pasteles, copas de vidrio o velas, que ayudan a reforzar la idea de la hibridación en las acciones festivas. Todo esto se fusiona con prácticas tradicionales como el estilo de baile de la comunidad indígena. Por un lado, entonces, se reparte pastel a los invitados; y por el otro, se baila en círculo, una costumbre muy propia de los pueblos indígenas.

En este contexto, el elemento que aclara al público que se trata de una fiesta indígena son los trajes típicos de las mujeres. Sus blusas, sus anacos, y sus joyas son signos de pertenencia a un grupo cultural. En los hombres, en cambio, dicha pertenencia se identifica a partir de los cabellos largos (aunque en el video no se perciba de forma inmediata). A diferencia de las mujeres, los hombres indígenas utilizan ropa casual (que no tiene ningún significado en relación a lo cultural).

La banda musical se integra como personaje (el vocalista es el padre de la muchacha) y ambiente sonoro del relato. Así, el grupo sale a escena y existen varias tomas y secuencias en las que hacen una presentación al público. Por ese motivo, hay primeros planos del vocalista y el guitarrista, entre los principales.

#### 4.1.7.5.2. Espacios

A lo largo del video musical, los espacios que se pudieron identificar son: un local de recepciones donde se realiza la fiesta de cumpleaños; una florería; la plaza de la ciudad de Otavalo; un parque y una parada de autobuses. De los espacios mencionados, casi todos

cumplen con la función de decorado. Solo el espacio de la plaza de la ciudad de Otavalo cumple con una función descriptiva.

Dicho esto, y añadiendo las categorías que se vienen trabajando, se podría decir que los espacios que utiliza este video musical son estáticos fijos, planos y fragmentados. No existe la posibilidad de jugar con un espacio *off* imaginado.

#### 4.1.7.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación de este relato audiovisual es un pasado no muy lejano. En el orden temporal, se observa que el tiempo es lineal, es decir, hay un inicio, un desarrollo y un final, sin ningún tipo de contratiempos. Respecto a la duración, hay una combinación entre el tiempo normal y el anormal. El tiempo anormal se refleja en una dilatación de la imagen cuando el muchacho se siente desplazado por el otro hombre que pretende a la chica. Finalmente, se observa un tipo de frecuencia simple: las acciones solo se muestran una sola vez y continúan.

#### 4.1.7.6. Resumen conclusivo

Respecto a la calidad de imagen, es nítida y se observan algunas imágenes abstractas. En el plano de la representación, se observan elementos que llaman la atención para el análisis, por ejemplo, la ritualidad del festejo de cumpleaños de esta generación de indígenas. En este videoclip también se hace referencia a los valores morales de la sociedad, que condena a las personas que prefieren el dinero fácil. Hay una tentativa a moralizar aquellos valores negativos de la comunidad indígena, y aquel proceso se observa en la figura del personaje femenino.

Respecto a la narrativa, se observa debilidad: los personajes no son trabajados en profundidad (ni siquiera el principal), son bastante planos y superficiales. Además, no existe una planificación sobre los espacios, éstos tienen una función de decorado. La trama tiene un ritmo ascendente y culmina con un clímax que se puede identificar fácilmente.

#### 4.1.8. “Flor de mi corazón” - Amauta Ñanpi

##### 4.1.8.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Flor de mi corazón
<b>Nombre del artista</b>	Amauta Ñanpi
<b>País y ciudad</b>	Ecuador
<b>Año de producción</b>	2016
<b>Duración</b>	6:38
<b>Casa Productora</b>	APAK TV

**Imagen 14.** *Fotogramas del videoclip “Flor de mi corazón” de Amauta Ñanpi.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.8.2. Descripción general

Los únicos datos que se han podido recabar desde la página de *Facebook* de la agrupación, son los nombres de sus integrantes y la casa productora del video musical.

#### 4.1.8.3. Sinopsis

Dos jóvenes campesinos deciden casarse. Para que ese acto tenga un carácter formal y trascendental, ambos necesitan de la aprobación de sus respectivos padres, por lo que realizan una ceremonia simbólica de petición de mano.

#### 4.1.8.4. Análisis narrativo

##### 4.1.8.4.1. Historia o contenido

##### 4.1.8.4.1.1. Sustancia: referente e ideología

Una pareja tiene el deseo de casarse, pero aquella decisión no solo corresponde a ellos, sino que liga a los padres de ambos, porque el casamiento indígena es comunitario y familiar. Además, se observa el rol del varón yendo a pedir la mano, acompañado de sus padres y músicos. Solo en el encuentro entre familias finalmente se dará el visto bueno para el matrimonio.

#### 4.1.8.4.1.2. Existentes

##### 4.1.8.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Existen dos personajes principales, son los agentes que ejecutan las acciones que desencadenan los acontecimientos. Los motivos que movilizan la acción son la búsqueda y el mandato de la felicidad.

Los acontecimientos nucleares son los siguientes:

- *Primero*: el joven le propone matrimonio y la chica acepta. Sin embargo, ella le advierte que debe comunicar y consultar a sus padres sobre esta petición.
- *Segundo*: el chico comunica a sus padres la decisión de casarse, entonces la familia, junto con músicos y danzantes, acompaña al novio para la petición formal de mano.
- *Tercero*: en acto simbólico, los abuelos de la joven mujer la entregan en matrimonio. Solo entonces, cuando ambas familias aceptaron la relación, se pasa a celebrar con música y baile.

Los acontecimientos satelitales que ayudan a comprender mejor el relato, pero cuya ausencia no cambia el sentido del relato, son escenas que hacen referencia al pasado, cuando la pareja se conoció por primera vez y durante su enamoramiento.

Los personajes principales sufren cambios hacia un estadio de mejoramiento, pasan de ser enamorados a esposos, una pareja consolidada dentro de la comunidad.

La función de las acciones de este relato va en dirección de representar la celebración.

#### 4.1.8.4.1.2.2. Personajes

Existen dos personajes principales: el chico y la chica que deciden casarse. Ambos son jóvenes que rondan entre los 20 y 25 años de edad y pertenecen a una cultura indígena (Salasaca). El chico es un personaje risueño y soñador, cumple la función de sujeto, que busca la felicidad a través del matrimonio. En cambio, la chica es el objeto. En los dos personajes se puede observar que son cumplidores de las reglas de la comunidad y las maneras de formalizar las relaciones amorosas.

Más tarde, aparecen personajes secundarios: los padres del muchacho y la muchacha, quienes cumplen con la función de referentes morales, que ayudarán a los chicos a alcanzar la felicidad.

Aplicando el esquema de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se puede decir lo siguiente: el sujeto recae sobre la figura del muchacho, el objeto es la muchacha y el deseo movilizador es el casamiento. No existe remitente en este relato, y el destinatario serán los chicos que se quieren casar y los padres. Los ayudantes están representados en las dos familias y los músicos. No se evidencia un oponente, ya que se trata de una celebración.

#### 4.1.8.4.1.2.3. Escenarios

Las acciones ocurren principalmente en un ambiente rural cerca de la ciudad de Quito. Por esa razón, se observan territorios con mucha vegetación, amplias colinas y grandes despeñaderos. La función de cada uno de los espacios es decorativa y descriptiva. Decorativa porque los diversos pasajes no inciden, no amplían ni profundizan las acciones de los personajes. Sin embargo, según su función descriptiva, ayudan a interpretar mejor la acción de la petición de mano formal en el mundo indígena (cuando se observa, por ejemplo,

el camino de tierra, las paredes con tapias de barro, la casa que pertenece a la familia de la muchacha).

#### 4.1.8.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.8.4.2.1. Sustancia

Se trata de un video musical de tipo descriptivo y narrativo. En el bloque descriptivo se ve a los artistas cantando e interpretando los diversos instrumentos musicales. En la parte narrativa se cuenta la historia de una petición de mano en el mundo indígena.

##### 4.1.8.4.2.2. Códigos de iconicidad

Se utiliza la iconicidad fotográfica porque es la más fácil de interpretar, tanto para los personajes como para los objetos y los ambientes. Los personajes son dos muchachos de entre 20 y 25 años, ambos tienen una tonalidad de piel canela, aunque la chica es más morena. El idioma de comunicación, a pesar de interpretar al pueblo indígena, es el español.

Los objetos que se observan relacionados al mundo indígena son: la vestimenta de las personas, el ambiente rural - natural y la casa campesina. Los comportamientos de los personajes que evidencian la misma pertenencia son: buscar aprobación de los padres para casarse, ir en familia a la petición de mano, que ambas familias acepten la voluntad de los muchachos, el festejo en comunidad de la decisión, y los músicos tradicionales acompañando.

#### 4.1.8.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectivas*: la perspectiva fija y natural es la que más se utiliza en este videoclip. Sin embargo, hay algunas tomas desde el aire donde se registra el espacio abierto (campo), pero no se logra entender la finalidad de esta perspectiva.
- *Encuadres*: hay una utilización de planos generales, primeros planos y planos medios. Los planos generales son utilizados para mostrar espacios naturales donde se desarrolla la acción de los dos personajes. Los primeros planos son utilizados para mostrar los rostros y emociones de los personajes principales y secundarios, y también para mostrar los instrumentos musicales que ejecuta la agrupación. Los planos medios sirven para mostrar las diferentes acciones del sujeto dentro del video, por ejemplo el pedido de mano, y enfocar a los músicos que acompañan la ceremonia.
- *Iluminación*: todas las escenas del relato ocurren en el exterior, por esa razón han aprovechado la luz natural. Sin embargo, al inicio del relato se observa que hay una sombra que corta el rostro del chico protagonista, mientras que el rostro de la chica se observa íntegro. Con respecto a los artistas, hay escenas en el interior de una casa, donde la tonalidad es más oscura.
- *Color*: la producción del video es a color. En ciertos pasajes se observan contrastes de colores que provocan un efecto visual muy atractivo. Además, se observa corrección de los colores, sobre todo en todos los tonos azules y amarillos. El color ayuda para diferenciar el tiempo presente y pasado: para las acciones que han ocurrido en el pasado, se utiliza una tonalidad más oscura.

- *Movimientos de cámara:* los movimientos de cámara más utilizados son los paneos lentos, picados, contrapicados, panorámicas verticales y tomas hechas desde un dron.

#### 4.1.8.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

Aparte de la canción, se escucha sonido ambiente, sobre todo cantos de pájaros.

La letra de la canción y el video tienen una relación general. Es decir, la canción hace referencia al amor incondicional, y el relato del video habla también del amor.

#### 4.1.8.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

El video inicia con un diálogo entre el chico y la chica sobre la decisión de casarse. A pesar de ser un videoclip de música andina, la conversación de los personajes es en español. Lo mismo se puede decir de la letra de la canción, que también se canta en español.

#### 4.1.8.4.2.6. Punto de vista

En este relato audiovisual el punto de vista es de tipo focalización interna fija, ya que se narra desde la perspectiva del personaje principal. La canción intenta que el punto de vista sea más equilibrado, pero no lo consigue.

#### 4.1.8.5. Análisis de la representación

##### 4.1.8.5.1. Niveles de representación

A nivel del relato, se trata de una pareja de enamorados que desean casarse. Ambos pertenecen a la comunidad indígena de los Salasacas. Los diálogos entre los personajes son en castellano, así como la canción. Hay que colocar especial atención en el primer diálogo de la pareja, donde el muchacho expresa sus deseos de casarse y la chica, con alegría, pero también con preocupación, advierte que debe esperar la reacción de sus padres. Esta alusión a los padres funciona como indicio de una costumbre muy propia de la cultura indígena, donde las decisiones serias se consultan con los padres o con la gente más sabia de la comunidad.

Tanto el muchacho como la muchacha, cumplen con la tarea de informar a sus padres sobre la decisión, y ellos no presentan ningún impedimento, por lo que realizan el acto formal de solicitar la mano. En ese marco, el muchacho, su familia y los músicos tradicionales se dirigen a la casa de la futura esposa. Una vez allí, los padres de la muchacha salen a recibir el acto, los observan con tristeza, pero no hay ningún conflicto. Entonces, simbólicamente, las familias entregan en matrimonio a los jóvenes y se da inicio a un festejo entre todos los presentes.

En lo referente a la agrupación musical, se puede observar que visten con ropa negra y sombreros de paja con colores claros. Ejecutan, en general, instrumentos tradicionales, excepto el bajo que es electrónico. Los músicos se ubican en una locación interior, pero también aparecen al aire libre. Las voces principales son de hombre y mujer.

#### 4.1.8.5.2. Espacios

Las escenas transcurren, principalmente, en lugares abiertos con mucha vegetación. Este espacio ayuda a reforzar la idea de tradición, costumbres, ruralidad y conservación. En ese sentido, según las categorías de espacios que se vienen analizando, son espacios *off* imaginados, espacios estáticos fijos, espacios fragmentados y espacios centrados.

#### 4.1.8.5.3. Tiempo

La colocación temporal del relato audiovisual es un pasado no muy lejano. Respecto al orden temporal, se observa una combinación entre un tiempo lineal y un tiempo anacrónico. Es decir, el relato inicia en tiempo lineal (acto de pedir el casamiento a la muchacha), y luego se evidencia un tiempo anacrónico, porque la narración se instala en el pasado cercano, para viajar a otro pasado más lejano. Finalmente, el relato vuelve al presente y culmina con la petición de mano formal entre los familiares de los muchachos que quieren ser esposos. La duración del tiempo al interior del relato es normal. La frecuencia es de tipo repetitivo, ya que se hace alusión en varias ocasiones al momento en que el chico conoció a la chica, y la felicidad que causó ese encuentro.

#### 4.1.8.6. Resumen conclusivo

En este video musical, a nivel de la representación, se observan los códigos sociales y comunitarios a los que se ven adscritos los jóvenes indígenas. En ese sentido, la decisión de casamiento no solo pasa por ellos, sino que está sujeta a la consideración de los familiares. En ese marco, lo más rescatable de este video es cuando se exhibe cómo son las formas de

pedir la mano de una chica en matrimonio, aunque los detalles de esta ceremonia simbólica se muestran de manera muy superficial.

En lo narrativo se observa una estructura fuerte, aquella que hace referencia a la petición de mano. Sin embargo, el doble *flashback* que se utiliza para exponer el momento donde se conocieron y consolidaron su relación resulta monótono. La tensión dramática va en ascenso y el clímax se evidencia cuando la familia acepta la petición de mano.

#### 4.1.9. “Kusayu” - Rimay (parte 1)

##### 4.1.9.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Kusayu</i>
<b>Nombre del artista</b>	Rimay
<b>País y ciudad</b>	Ecuador
<b>Año de producción</b>	2016
<b>Duración</b>	5:30
<b>Casa productora</b>	<i>Big Melody</i>

Imagen 15. Fotogramas del videoclip “Kusayu” del grupo Rimay.



Nota: elaboración propia con imágenes de YouTube.

#### 4.1.9.2. Descripción general

La agrupación Rimay pertenece a la ciudad de Otavalo. Este grupo tiene una corta carrera artística, pero sus últimos temas son del gusto de los jóvenes indígenas.

#### 4.1.9.3. Sinopsis

Una mujer indígena sufre los maltratos de su marido, que está dedicado al alcohol. Ella se siente sola y vacía y encuentra una persona que la escucha y la comprende, por lo que, a pesar de estar casada, se marcha con el nuevo hombre.

#### 4.1.9.4. Análisis Narrativo

##### 4.1.9.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.9.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Una mujer indígena no soporta el engaño y los maltratos de su marido alcohólico. Conoce a un nuevo hombre y decide marcharse con él. Con este acto se hace referencia a la decisión activa, valiente y personal que toma la protagonista al marcharse, a pesar de que, dentro de la cultura indígena, las mujeres tienen un rol secundario y sumiso.

#### 4.1.9.4.1.2. Existentes

##### 4.1.9.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Las acciones principales que se observan en el video musical están a cargo de dos personajes. Sin embargo, el personaje principal, el más trabajado, es la mujer: a partir de ella se generan los diferentes acontecimientos.

Los acontecimientos nucleares que se identifican son:

- *Primero*, la mujer indígena recibe maltratos por parte de su pareja alcohólica. Ella vive sola y desconsolada.
- *Segundo*, en un paseo por la calle la mujer tropieza con un chico en una esquina. Ellos se quedan conversando, y mientras tanto, ella oculta su anillo de bodas.
- *Tercero*, la muchacha descubre una carta de amor en el bolsillo de una chaqueta que pertenece al marido.
- *Cuarto*, la protagonista principal decide marcharse con el nuevo chico que conoció en la calle.

Los acontecimientos son sucesos que el personaje no puede controlar. Esta es una de las formas en las que se presenta una trama. Como explican Canet & Prósper (2009), los acontecimientos son las acciones del personaje pasivo que afectan al personaje principal. En ese sentido, el marido es el personaje secundario que, a través de su gusto por el alcohol y las mujeres, y sus constantes maltratos, provoca que el personaje principal huya de la situación con otra persona.

Las transformaciones de los personajes van en distintas direcciones. La mujer (personaje principal) inicia en un estado de deterioro a causa de las constantes infidelidades

y el maltrato por parte de su marido, pero ella toma la decisión de marcharse para mejorar su situación. En cambio, en el personaje masculino no existen cambios, es decir, inicia en un estado de deterioro y se mantiene así hasta el final. La partida de su mujer, incluso, ahonda en la negatividad de la situación.

#### 4.1.9.4.1.2.2. Personajes

En la narración se identifican cuatro personajes: una principal y tres secundarios. El personaje principal es una joven mujer indígena, cuyo comportamiento indica que sufre violencia por parte de su marido. Esto provoca sentimientos de vacío, incompreensión y vergüenza. Al inicio cumple el rol de personaje pasivo, pero adquiere una función más activa en el transcurso de la historia.

Uno de los personajes secundarios, el esposo, se caracteriza como un hombre bohemio, mujeriego, violento y carente de sentimientos hacia su esposa. Este personaje es bastante plano, no hay contrastes con otras formas de comportamiento. Dentro de la narrativa, cumple el rol de personaje modificador, pero hacia la dirección de degradador (Casetti & Di Chio, 1998).

El otro personaje secundario, el amante, aparece como un hombre más comprensivo, cariñoso y decidido. Se observa su emotividad, aunque el perfil del personaje también es plano (no se observan más características). Cumple el rol de modificador, pero con dirección a mejorar.

El tercer personaje secundario es el amigo del esposo, quien observa como la mujer se marcha con el amante. Es un personaje plano que cumple un rol de influenciador.

Al considerar lo explicado desde el esquema de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), entonces, se entiende que la figura del sujeto recae sobre la chica, el objeto de deseo

es el nuevo chico que conoce y el deseo movilizador es la tranquilidad y la seguridad. No se observa la figura del remitente y el destinatario será la misma chica. El ayudante es, en un primer momento, el objeto de deseo. El opositor es la figura del marido borracho y maltratador. En esta estructura, también se encuentra un ayudante del opositor (el amigo).

#### 4.1.9.4.1.2.3. Escenarios

Los escenarios que se han elegido para esta narración son: la habitación de una casa, un bar, un parque y espacios abiertos rurales. En todos los escenarios y ambientes hay un decorado pobre (Casetti & Di Chio, 1998), por lo que cumplen una función estética – decorativa (Genette en Canet & Prósper, 2009).

#### 4.1.9.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.9.4.2.1. Sustancia

Este video musical es de tipo descriptivo -narrativo (Sedeño, 2007). Posee dos bloques que se intercalan. En uno de esos bloques se visualiza la banda musical, y en el otro segmento se narra el relato. Se evidencia un predominio de las escenas que muestran a los artistas con respecto a las escenas narrativas.

##### 4.1.9.4.2.2. Códigos de iconicidad

No se observa ningún tipo de distorsión en la imagen, pero sí se evidencian fuertes e intensas transiciones de un plano a otro. El foco de este videoclip está en las acciones de los

personajes, por lo que el tema de la composición solo remite a ellos. Se observa poco trabajo en los espacios, escenarios e iluminación.

Los rasgos icónicos de los personajes son: la vestimenta de la chica, el sombrero del chico, los espacios abiertos y las edificaciones campestres.

#### 4.1.9.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: la perspectiva más utilizada es la fija natural.
- *Encuadres*: se observan primeros planos, planos medios y planos generales. Los primeros planos son para mostrar las principales emociones de los protagonistas. Los planos medios se utilizan para evidenciar la acción de los personajes. Y los planos generales, para mostrar el espacio donde se desenvuelven los protagonistas.
- *Iluminación*: se identifican espacios abiertos y cerrados. En los espacios abiertos se observa que la iluminación no es adecuada, es decir que la imagen, a pesar de ser a color, no tiene intensidad y aparecen espacios oscuros.
- *Color*: la producción del video musical es a color. Sin embargo, los colores de la vestimenta, el decorado y los espacios abiertos tienen poca intensidad. En ese sentido, los colores son oscuros y desaturados. Se utiliza corrección de colores, principalmente en los rojos y amarillos, pero la imagen permanece desaturada. En las imágenes que exhiben a los artistas de la banda existe un tratamiento diferenciado por colores: en algunas imágenes los colores están corregidos y en otras están opacos y desaturados.

- *Movimientos de cámara:* no existen movimientos de cámara, se trabaja constantemente con cámara estática.

#### 4.1.9.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La letra de la canción toca el tema del maltrato y el engaño y menciona que, en ese contexto, la mujer conoce a otro hombre. A pesar de que la canta un hombre, corresponde al punto de vista de la mujer. La parte audiovisual, entonces, está directamente relacionada con la canción.

No se evidencian sonidos que sean independientes a la canción.

#### 4.1.9.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales que se identifican son los datos de la canción, el grupo musical y la casa productora.

#### 4.1.9.4.2.6. Punto de vista

En este relato audiovisual, el punto de vista es de focalización interna fija. Se narra la historia desde el punto de vista de la mujer, protagonista principal del relato. La canción, a pesar de ser cantada por un hombre, refuerza el punto de vista de la mujer.

#### 4.1.9.5. Análisis de la representación

##### 4.1.9.5.1. Niveles de representación

El videoclip inicia con un pequeño resumen de la situación de traición que se mencionó en la primera parte. Se trata de dos jóvenes indígenas, el hombre utiliza ropa normal, mientras que la chica utiliza vestimenta tradicional de la etnia Otavalo.

Respecto al tema del video musical, se puede observar que hace referencia al maltrato de la mujer, pero también hay una reivindicación de la capacidad de decisión de la muchacha. En ese marco, cobra relevancia la acción de la mujer, ya que la comunidad indígena es muy tradicional y apegada a los preceptos católicos, por lo que suele juzgar la separación de una pareja. Sin embargo, en este video hay una especie de justificación para la separación de la mujer. La idea del videoclip va en contra de un imaginario casi naturalizado en el mundo indígena, que establece que si en una pareja casada hay violencia intrafamiliar, nadie puede intervenir, ya que son problemas de esposos.

En ese sentido, mostrar en este video musical a una mujer que ya no aguanta el maltrato de su pareja y por eso decide irse, es una acción que se podría interpretar como un cuestionamiento hacia algunos códigos culturales machistas en los indígenas.

Respecto al grupo musical, se observa que los músicos están vestidos con prendas modernas; lo único que caracteriza que son parte de una etnia indígena son los cabellos largos. El grupo se ubica en el interior y exterior de una casa de estilo campestre.

##### 4.1.9.5.2. Espacios

Según las categorías revisadas, los espacios que se utilizan en este videoclip son planos, es decir que, aunque se trata de colocar elementos al fondo, no se consigue aquella

relación, son simplemente elementos decorativos. Todos los espacios que aparecen en relato y los que ocupan los artistas son espacios estáticos fijos y planos.

En lo concerniente al espacio *in/off*, se considera que la producción deja afuera muchos elementos que el espectador, a través de su imaginación, debe recrear para luego empatar con lo que se muestra en cuadro (*in*).

#### 4.1.9.5.3. Tiempo

La colocación temporal del relato dentro del videoclip es un pasado no muy lejano. El orden temporal que se evidencia es de carácter circular, ya que la historia inicia con una pareja que se marcha y el final alude a la misma situación. La duración temporal al interior de relato es normal. La frecuencia de eventos son simples, es decir, se muestran una sola vez.

#### 4.1.9.6. Resumen conclusivo

Lo rescatable de este videoclip musical es el abordaje sobre el maltrato hacia la mujer por parte de su marido. En cierta medida, se justifica el accionar de la mujer por la violencia que sufre. Es importante tener en cuenta que, dentro de la sociedad indígena (con fuerte influencia católica), el matrimonio significa un lazo social del que uno no se puede desprender. Si una mujer decide separarse, es juzgada y condenada por la comunidad. En ese sentido, este relato audiovisual pone a consideración, de forma parcial, el debate sobre el machismo.

En el ámbito de la narrativa, el personaje que mayores detalles posee es la mujer: ella provoca las acciones y experimenta transformaciones. La tensión dramática va en acenso y el clímax se identifica cuando ella decide marcharse.

#### 4.1.10. “Rirkanki” - Rimay (parte 2)

##### 4.1.10.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Rirkanki (En español: “Te fuiste”)</i>
<b>Nombre del artista</b>	Rimay
<b>País y ciudad</b>	Ecuador
<b>Año de producción</b>	2016
<b>Duración</b>	5:07
<b>Casa productora</b>	<i>Big Melody</i>

**Imagen 16.** *Fotogramas del videoclip “Rirkanki” del grupo musical Rimay.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.10.2. Descripción general

En términos narrativos, este video musical es la segunda parte del video de nombre “*Kusayo*” (videoclip 4.9). La canción se canta completamente en idioma *kichwa*.

#### 4.1.10.3. Sinopsis

Se trata de una historia paralela. Por un lado, un hombre cuya esposa se marchó con otro amante cae en el alcoholismo, pero logra recuperarse para velar por el bienestar de sus hijos. Mientras tanto, su ex mujer empieza a tener conflictos con su nuevo amante hasta que éste la mata con una puñalada.

#### 4.1.10.4. Análisis narrativo

##### 4.1.10.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.10.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

El relato se concentra en explicar la recuperación de un hombre que estaba en el mundo del alcohol a causa de reiterados engaños de sus parejas sentimentales. La recuperación ocurre principalmente a causa de sus hijos. Así, se evidencia el tema de la búsqueda de soluciones a los problemas psicológicos y la importancia de la familia para salir de las dificultades que impone la vida.

#### 4.1.10.4.1.2. Existentes

##### 4.1.10.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Se identifican dos personajes: un hombre y una mujer. Cada uno de los personajes realiza acciones en forma paralela. La relación entre ellos ocurre al final, pero no de forma directa, ya que la mujer muere. Analizando los motivos que movilizan al personaje masculino, se encuentran la recuperación y el deseo de estabilidad para cuidar a sus hijos. Las acciones de la mujer son consecuencia de una mala elección y el deseo de escape de una relación violenta.

Al relato que está en el video musical se lo puede catalogar como narración paralela. Ambas historias tienen acciones y acontecimientos distintos. Sin embargo, se considera que hay mayor trabajo de tensión dramática en la historia de la chica. En ese sentido, los acontecimientos nucleares de la línea narrativa de la mujer son:

- *Primero*, la mujer encuentra un puñal en la chaqueta de su actual conviviente.
- *Segundo*, el conviviente llega a la casa borracho, agarra el puñal y mata a la chica.

Como se había mencionado, se trata de historias que ocurren en simultáneo, pero cada personaje se transforma de forma diferente. El hombre, luego de la traición de su esposa, supera su dolor y halla en los hijos el motivo para cambiar y salir del alcoholismo; en ese sentido, transita desde un estado de deterioro hacia un estado de plenitud. Por el contrario, la mujer se va de la casa con su amante, pero en su nueva relación sufre decepciones y violencia física hasta que muere. Así, pasa de un estado de tranquilidad y felicidad a un estado de deterioro y eliminación.

#### 4.1.10.4.1.2.2. Personajes

Existen dos personajes principales y personajes secundarios. El hombre se caracteriza como una persona que ha tenido que enfrentar muchas desilusiones y golpes en la vida, pero también está pendiente de sus hijos, tiene una buena relación con ellos, y juntos realizan actividades para salir adelante.

El segundo personaje principal (la ex mujer del protagonista) se encuentra en una relación nueva, pero en ella sus anhelos no son compartidos por su actual conviviente. Por eso, se la caracteriza como una mujer triste, desilusionada y maltratada.

El personaje secundario es el conviviente de la protagonista femenina. Se trata de un hombre joven que se dedica a la delincuencia. Se lo caracteriza como un personaje sin escrúpulos.

Desde la perspectiva del modelo actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), el sujeto es el padre de familia, el objeto son los dos hijos y el deseo movilizador es la seguridad y cuidado de este objeto. No se identifica la figura del remitente. El rol de destinatario recae sobre el hombre y los hijos. No se observan ayudantes. Los oponentes son los recuerdos del sujeto y su predilección por el alcohol.

#### 4.1.10.4.1.2.3. Escenarios

Los ambientes donde se desarrolla la acción son, principalmente, zonas rurales. No se evidencian lugares o espacios que tengan connotaciones históricas o culturales. En ese sentido, los escenarios solo cumplen la función de decoración.

#### 4.1.10.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.10.4.2.1. Sustancia

Este video es la continuación del video musical “*Kusayu*”, que se analizó en el anterior apartado (sección 4.9). La estructura del video cuenta con dos bloques: el descriptivo y el narrativo. En el bloque narrativo se utilizan imágenes que hacen referencia al videoclip precedente, para recordar al espectador que este nuevo material audiovisual es la continuación de la historia.

##### 4.1.10.4.2.2. Códigos de iconicidad

Las imágenes son icónicas y tratan de representar a la realidad de forma fiel (no hay imágenes abstractas). En lo referente a la composición, se observa que el enfoque solo está en las acciones de los personajes, por lo que hay un descuido en la planificación de los espacios y escenarios, que provoca que la imagen sea plana, sin perspectiva e inestable.

Los principales códigos icónicos que hacen referencia a la cultura andina son: la vestimenta del hombre y la mujer, los espacios abiertos rurales, edificaciones tradicionales y campestres.

##### 4.1.10.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: en la mayor parte del video se utiliza una perspectiva natural fija.
- *Encuadre*: hay predominancia de primeros planos, planos medios y planos generales.

Los primeros planos ayudan a mostrar las emociones que se materializan en el rostro

de los personajes principales. Los planos medios son utilizados para mostrar la interacción con otros personajes (con los hijos, los recuerdos, etc.). Los planos generales son para mostrar el espacio donde se encuentra el personaje.

- *Iluminación*: las acciones ocurren principalmente en espacios exteriores. Se busca aprovechar la luz natural, pero en algunos casos no es suficiente. Además, se utiliza una especie de punto de luz dentro de las imágenes.
- *Color*: el video es producido a color. Sin embargo, se observan diferentes momentos que trabajan con diferentes tonos de colores. Así, las imágenes del video anterior son mostradas en un tono particular, y los recuerdos del personaje poseen otro tono: desaturado. Luego, durante el desarrollo de la narración, se observan correcciones de color en los tonos azules.
- *Movimientos de cámara*: se observan ligeros movimientos de cámara. En casi la totalidad del video se trabaja con el recurso de cámara fija, de frente al personaje.

#### 4.1.10.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La letra de la canción hace alusión a la partida de un ser amado, pero el mensaje se enfoca en la idea de que, si ella debe partir, él lo comprenderá, así se llene de dolor. Esta temática se relaciona en parte con lo que se muestra en el videoclip. Es decir, tiene relación con la historia del hombre que se recupera del abandono. En cambio, no existe ninguna relación con la historia de la mujer (hay que recordar que se exhiben dos historias paralelas).

Al inicio, hay una canción que sirve de cortina, mientras se muestran imágenes del videoclip anterior.

#### 4.1.10.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

No existen códigos verbales. Se identifican códigos textuales que sirven para ubicar al espectador en el tiempo del relato, por ejemplo: <<Un año antes>>. Además, hay otros textos que aparecen a modo de justificación de las acciones que realiza el personaje principal; por ejemplo, se observa el siguiente texto: <<lo más triste de una traición es que nunca proviene de tus enemigos>>.

Luego, se pueden identificar los textos que hacen referencia al nombre de la banda: <<Rimay>>, y los datos informativos de la canción, la agrupación y la casa productora.

#### 4.1.10.4.2.6. Punto de vista

En este relato audiovisual se observa un tipo de punto de vista de focalización cero. Es decir, hay un narrador omnisciente que sabe más que los personajes. Con este tipo de focalización, el espectador mira las acciones y acontecimientos de los dos personajes principales del relato en forma paralela. La canción tiende a apoyar el punto de vista del personaje masculino.

#### 4.1.10.5. Análisis de la representación

##### 4.1.10.5.1. Niveles de representación

Para comprender totalmente el sentido del relato, hace falta mirar el videoclip anterior (4.9), ya que se trata de la continuación de la historia. Por esa razón, al inicio del video se observan imágenes previas que se intercalan con la historia actual.

En el análisis del video precedente, se explicó que el relato era un cuestionamiento a la estructura machista de la sociedad indígena. Sin embargo, en este video hay una suerte de justificación de la violencia machista, ya que dicho comportamiento se muestra como consecuencia de la traición en una primera relación, de la que el personaje principal no ha logrado recuperarse, y parece ser que por esa razón no es capaz de conformar una relación estable.

Asimismo, la recuperación del hombre se ancla al cuidado de los hijos, lo que lo caracteriza como un hombre responsable, aunque triste por todas las situaciones acaecidas; mientras que la decisión de la mujer de marcharse con otro hombre es cuestionada a nivel moral, y cuando fallece a manos de su conviviente, este asesinato parece justificado por la mala decisión que ella había tomado.

##### 4.1.10.5.2. Espacios

Las escenas ocurren dentro de una zona rural (hogar del personaje) y urbana (escuela de sus hijos). A pesar de que los espacios simplemente cumplen la función de decorado, se puede ver que también hacen referencia a la pobreza de la población indígena, mostrando la carencia de ciertas comodidades.

#### 4.1.10.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación del relato se trata de un pasado no muy lejano. Al analizar el orden de estos relatos paralelos, se podría mencionar que se trata de un tiempo lineal vectorial. Sin embargo, al concentrarnos en la historia del hombre, al inicio se observa un tiempo circular, es decir, una acción (un dolor) del pasado no le permite tener una relación estable con una chica. Asimismo, al inicio del video se observa, según la categoría de duración, que hay un tiempo anormal, es decir, la cámara registra el tiempo de forma más lenta para detenerse en los momentos más impactantes. Luego, la narración sigue su curso normal. Finalmente, con respecto a la frecuencia, hay momentos similares que se repiten, como la convivencia con los hijos.

#### 4.1.10.6. Resumen conclusivo

Este video es la continuación del video musical anterior. Si en el resumen correspondiente se decía que “*Kusayu*” llevaba consigo una aparente denuncia sobre la violencia familiar de género, en este video se tratan de justificar los comportamientos agresivos del esposo. Además, el relato también muestra la situación de la mujer que partió con otro hombre, y la ubica como alguien que cometió un error (es decir, existe una condena por sus acciones). El hombre se recupera y tiene el amor de sus hijos, mientras que la mujer fallece en manos de su amante (ladrón). En síntesis: el hombre agresor se redime, a la mujer se la condena.

#### 4.1.11. “Orgullosa encanto” – Amarak

##### 4.1.11.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Orgullosa encanto
<b>Nombre del artista</b>	Amarak
<b>Localidad</b>	Saraguro, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2017
<b>Duración</b>	4:13
<b>Casa productora</b>	Wiki Cinema

Imagen 17. Fotogramas del videoclip “Orgullosa encanto” del grupo musical Amarak.



Nota: elaboración propia con imágenes de YouTube.

#### 4.1.11.2. Descripción general

Amarak es una agrupación musical que pertenece al pueblo *kichwa* de Saraguro, al sur del Ecuador. Se trata de una agrupación de jóvenes músicos indígenas que se originó en el año 2010. A pesar de que el pueblo Saraguro tiene un gusto musical más dinámico, la agrupación apuesta a ritmos lentos y románticos. El objetivo del grupo es acercar la música andina a los jóvenes indígenas (Blog: *MillyBelen*).

#### 4.1.11.3. Sinopsis

Un muchacho se entera de que su pareja tiene una relación amorosa paralela, sufre por ella y trata de olvidarla en brazos de otra chica.

#### 4.1.11.4. Análisis narrativo

##### 4.1.11.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.11.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

A nivel superficial, se hace referencia a un desengaño amoroso. A un nivel más profundo, se observan las distintas emociones que surgen cuando una expareja está con otra persona. Este relato se concentra en las emociones negativas.

#### 4.1.11.2.1.2. Existentes

##### 4.1.11.2.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Existen dos personajes, pero el principal es el muchacho. Se trata de un joven indígena que posee una relación con una chica, pero ella, al parecer, le es infiel. Al inicio, se observan acciones amorosas entre ambos personajes. Sin embargo, el personaje femenino rompe la cotidianidad cuando decide salir con otro hombre, aunque este móvil no es explicado con claridad.

En ese sentido, los acontecimientos nucleares que se identifican son:

- *Primero*, el chico observa que su pareja está con otro chico en un parque en la noche. La muchacha se da cuenta, pero no dice nada. El chico, enojado, sale del lugar en su motocicleta.
- *Segundo*, el protagonista observa con tristeza que su expareja sale de un local con su actual novio. Su amigo lo anima.
- *Tercero*, el muchacho ha conseguido una cita con otra chica. En ese momento, recibe una llamada telefónica de su expareja, pero él decide no responder y poner atención a la nueva chica que está a su lado.

Los conflictos prioritarios que se identifican en el protagonista son a nivel personal, por el dolor que le ha causado el engaño. Los motivos para la acción del personaje son la superación de los conflictos y llegar a un punto de normalidad como el anterior (con la nueva chica).

De los dos personajes principales, es el muchacho el que cambia de diversas formas. Aparece en un estado de calma con su novia, luego ocurre la traición y desmejora; más tarde,

busca recobrar el equilibrio y empieza salir con otra chica. Sin embargo, nunca vuelve ni mejora la situación del inicio. El personaje de la chica, en cambio, pasa de un estado de desmejoramiento (haber terminado su antigua relación) a un momento de mejoramiento (inicios de su nueva relación).

#### 4.1.11.2.1.2.2. Personajes

En el video musical se identifican cuatro personajes: dos principales y dos secundarios. Los principales son un hombre y una mujer pertenecientes al pueblo indígena de Saraguro. Ambos son muy jóvenes y están enamorados. El chico tiene una personalidad aventurera, es artista (dibujante y guitarrista). La chica es joven, lo que quizás justifique su falta de decisión al momento de elegir una pareja.

Los otros dos personajes de la narración son hombres: el primero es un joven que está pretendiendo sentimentalmente a la chica; el segundo, el mejor amigo del chico. En estos personajes no se observa ningún rasgo particular o distintivo que requiera atención.

Desde el esquema de análisis de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), el sujeto es representado por el muchacho joven. El objeto de deseo es una chica joven. El deseo movilizador es olvidarse de una traición. No se encuentra la figura de un remitente. El destinatario será el mismo muchacho joven y la nueva chica que conoce. Como ayudante está su mejor amigo, la nueva chica y la banda de música. El oponente es la novia y su infidelidad.

#### 4.1.11.2.1.2.3. Escenarios

Los ambientes seleccionados para este video musical son espacios abiertos naturales y pequeñas poblaciones. El relato ocurre en la tarde y en la noche. Básicamente, en este videoclip el escenario cumple con la función de decorado.

#### 4.1.11.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.11.4.2.1. Sustancia

La estructura de este video musical está compuesta por una parte descriptiva y otra narrativa. Ambos bloques se intercalan durante el video, pero hay preferencia de la parte descriptiva por sobre el relato.

##### 4.1.11.4.2.2. Códigos de iconicidad

En el componente del relato, se observa que los personajes están representados por jóvenes entre los 20 y 25 años de edad. El joven es de contextura delgada y de cabello largo. La muchacha es pequeña y está vestida con el atuendo tradicional de su cultura.

En el bloque que muestra a la agrupación musical, los elementos iconográficos que hacen alusión a una cultura indígena andina son: el cabello largo de los artistas y los instrumentos musicales.

#### 4.1.11.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: en su gran mayoría se utiliza la perspectiva natural fija. En pocos pasajes del relato se observan perspectivas amplias.
- *Encuadres*: existe la utilización de primeros planos, planos medios y planos generales. Los primeros planos sirven para mostrar las emociones y sentimientos de los personajes (por esa razón, en reiteradas ocasiones se observan los rostros del chico y la chica que son protagonistas). En cambio, los planos medios son para mostrar la interacción de dos o más personajes dentro de la escena. Los planos generales, por su parte, se utilizan para mostrar los espacios donde ocurren las acciones de los personajes, en este caso son, básicamente, espacios abiertos naturales.
- *Iluminación*: en referencia al relato, se observan locaciones exteriores en la noche, lo que ha obligado a utilizar luz artificial para la producción. Sin embargo, en algunos pasajes de la historia hay escenas que son muy oscuras, lo que dificulta la visualización de la acción de los personajes. El registro audiovisual de la banda musical también ocurre en la noche, frente a una fogata. Allí se utiliza una iluminación tenue que parece provenir del fuego de la fogata.
- *Color*: la producción del video es a color. La grabación de la mayoría de escenas ocurre en la tarde/noche, por lo que la producción ha tenido que jugar con contrastes fuertes para llamar la atención. Así, los colores están entre el negro, el anaranjado y rojos saturados. En cambio, en las escenas que ocurren en exteriores cuando aún hay

luz natural, se aprovecha aquella luz, que causa colores verdes intensos, equilibrados con los colores que utilizan los personajes del relato (color vino y lila).

- *Movimientos de cámara*: la mayoría de las tomas ocurren en una posición de cámara fija. Hay pocos paneos lentos.

#### 4.1.11.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La letra de la canción se refiere a una traición, mientras que el audiovisual reafirma y amplifica ese tema.

#### 4.1.11.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

No existen códigos verbales. Los códigos textuales que se ubican son únicamente aquellos que hacen mención a los datos de la canción, la agrupación musical y la casa productora.

#### 4.1.11.4.2.6. Punto de vista

Este relato audiovisual tiene un punto de vista de tipo focalización interna fija, es decir, la historia se narra desde la perspectiva del personaje principal masculino. La letra de la canción contribuye a fortalecer este punto de vista.

#### 4.1.11.5. Análisis de la representación

##### 4.1.11.5.1. Niveles de representación

La estructura general del videoclip está dividida en dos partes. En la primera, existe una pequeña narración; y en la segunda, aparece en escena la agrupación musical.

Respecto a la representación de la narración, el video musical abre con un paisaje andino, que muestra un joven indígena conduciendo una moto por la carretera. Al parecer, está integrado al mundo moderno, lo que se puede afirmar observando sus gafas negras, su vestimenta y su moto deportiva. En escena también aparece una joven mujer, que es la pareja del chico de la motocicleta. La mujer está vestida con el traje típico del pueblo indígena de Saraguro. Finalmente, entra en escena un personaje masculino que no posee muchas características particulares.

Respecto a la agrupación musical, se observa a todo el grupo ejecutando los instrumentos andinos: bombos, guitarras, bandolinas, zampoñas. Ellos están sentados en el exterior de una casa, en la noche, alrededor de una fogata. El guitarrista de la agrupación es, a su vez, el actor principal del relato.

##### 4.1.11.5.2. Espacios

Los espacios principales seleccionados para este video musical son: carreteras andinas del Ecuador, campos naturales rodeados de árboles y una cafetería. Con estos datos, se podría decir que los espacios utilizados, tanto en el relato como en las escenas en las que aparecen los artistas, son espacios fijos planos con poca profundidad. Además, con respecto a la categoría *in/off*, este relato audiovisual deja mucho espacio para la imaginación, es decir, las escenas que se muestran son muy básicas.

#### 4.1.11.5.3. Tiempo

Con respecto al tiempo de colocación y devenir, se trata de un tiempo determinado, quizá un pasado no muy lejano. Respecto a la categoría de orden, el tiempo que se utiliza es lineal, es decir, hay un inicio y un fin, sin ningún tipo de inconvenientes. La duración de los tiempos es normal, coincide con las acciones de los personajes. Respecto a la frecuencia, se podría decir que es simple por la naturaleza del videoclip, donde el tiempo es reducido y las acciones son muy concretas.

#### 4.1.11.6. Resumen conclusivo

La narración es bastante débil. Si bien es cierto que, a grandes rasgos, se evidencia un inicio, un desarrollo y un final, se percibe que no hay un primer punto de quiebre evidente para proseguir con el desarrollo. Es decir, no se puede determinar claramente el conflicto.

El desarrollo del relato está acompañado de situaciones que confirman que la expareja del protagonista ya está en pareja con otro chico, y el clímax se alcanza cuando el muchacho (en una nueva cita) rechaza la llamada de su exnovia. A partir de todo lo explicado, se concluye en que la historia es superficial y plana; además, hay muy poco trabajo respecto a espacios e iluminación.

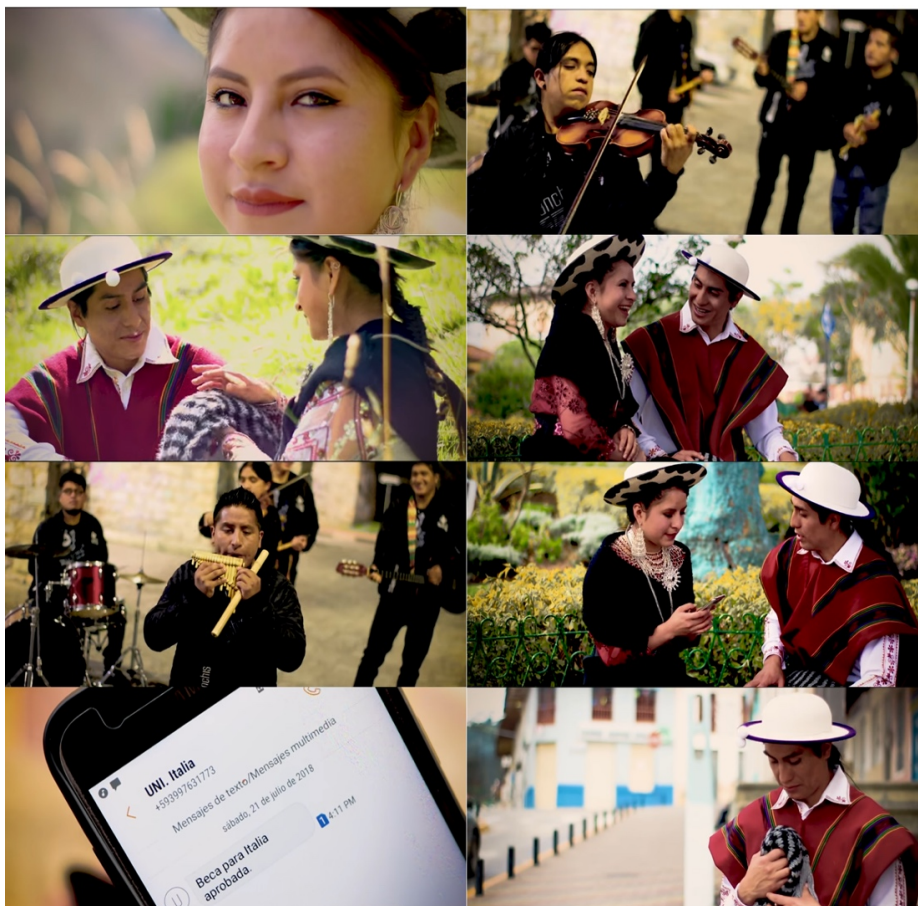
La tensión dramática tiene un ritmo ascendente y se identifica un clímax, aunque el camino para llegar a ese punto es muy fragmentado y superficial.

#### 4.1.12. “Hilandera” - Los Ñucanchis

##### 4.1.12.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Hilandera
<b>Nombre del artista</b>	Los Ñucanchis
<b>Localidad</b>	Saraguro – Kañaris, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2018
<b>Duración</b>	4:00
<b>Casa productora</b>	<i>Quinde</i> Producciones

**Imagen 18.** *Fotogramas del videoclip “Hilandera” del grupo musical Los Ñucanchis.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.12.2. Descripción general

Los Ñukanchis es una agrupación musical indígena del sur de Ecuador. Sus integrantes son parte de los pueblos *kichwa* de Saraguros y Kañaris. Según información de su canal de *YouTube*, se describen como una banda de música andina ecuatoriana, especializada en música para shows bailables y festivos con música *Kichwa*.

#### 4.1.12.3. Sinopsis

Un hombre decide proponer matrimonio a su enamorada. Salen a pasear y él busca el momento preciso para pedirle la mano, pero cada vez que intenta tener su atención, hay excusas por parte de la chica. Antes de que le proponga matrimonio, la chica le muestra una notificación que anuncia que una beca a Italia ha sido aprobada.

#### 4.1.12.4. Análisis narrativo

##### 4.1.12.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.12.4.1.1. Sustancia: referencia y contenido

Se trata de una pareja de novios que tienen objetivos de vida muy dispares. El hombre desea proponerle matrimonio para fortalecer la relación, mientras que la chica quiere aprovechar sus posibilidades de estudiar en el extranjero. Así, se pueden observar las ideas de tradición y estabilidad contrapuestas a los riesgos y las oportunidades que ofrece la vida. Además, la partida hacia territorios lejanos es una característica muy común dentro de los pueblos indígenas, por ser comerciantes que muchas veces viajan por todo el mundo.

#### 4.1.12.4.1.2. Existentes

##### 4.1.12.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Las acciones principales que se identifican en este video musical son: el encuentro normal de la pareja que sale a pasear; luego el muchacho quiere tener una conversación seria, mientras la chica se excusa por una llamada telefónica. Cuando la muchacha se aleja, el hombre saca de sus bolsillos una sortija de compromiso. En una segunda ocasión, busca el momento para pedirle que se case con él, pero la muchacha sigue escapando. En el último intento de abordarla y pedir su mano en matrimonio, el chico sale corriendo detrás de ella, pero la muchacha le presenta una noticia que cambiará los planes del enamorado: ella ha ganado una beca para estudiar en Italia.

En lo concerniente a las transformaciones, hay una aparente normalidad en la relación de pareja de los personajes, por lo que el muchacho desea pedirle matrimonio, pero ella espera otras noticias para definir su futuro. Ambos sufren cambios: el proceso del personaje masculino es hacia el deterioro, mientras que el de la chica es hacia el mejoramiento (Casetti & Chio, 1991; Canet & Prósper, 2009).

Los acontecimientos nucleares son los siguientes:

- El chico visita a su pareja que está haciendo actividades de hilandera. Ella ha tejido una bufanda para obsequiársela.
- La pareja está paseando por el parque de un pueblo. Se sientan en una banca. La chica se distrae con el teléfono celular y se aleja de la banca donde están sentados. El muchacho saca de su bolsillo un anillo de compromiso.

- Pasan a otro escenario, donde siguen con la conversación, pero de nuevo la chica recibe un mensaje o una llamada y se levanta para atender. El muchacho se queda frustrado y enojado. Ella, al regresar, le ofrece una explicación: se ha ganado una beca para estudiar en Italia.
- Finalmente, deciden separarse. Él se queda con la bufanda, el anillo y los sentimientos negativos producto de la separación.

#### 4.1.12.4.1.2.2. Personajes

En el relato de este videoclip hay dos personajes. El chico es un joven indígena del pueblo *kichwa* de Saraguro, cuya personalidad se logra interpretar como tradicional, estable y con deseos de formalizar una relación. La chica es una joven indígena del pueblo Saraguro; su personalidad es más dinámica, soñadora, libre y con retos futuros por asumir.

Tanto el personaje masculino como el femenino tienen características de personajes planos. El rol que se identifica para el personaje masculino es el de conservador y el de la muchacha, de modificador (Casetti & Di Chio, 1998).

Desde el esquema actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), el sujeto está representado por el hombre y el objeto es la muchacha. El deseo movilizador es la propuesta de matrimonio. No se identifica al remitente y tampoco al destinatario. No existen actantes ayudantes y el oponente es el destino, representado en un alejamiento debido a un viaje de estudios.

#### 4.1.12.4.1.2.3. Escenarios

Para la producción de este video musical, los ambientes principales son: espacios abiertos naturales (campo) y pequeños pueblos rurales. El escenario que mayor simbolismo posee es aquel que exhibe la plaza principal del pueblo de Saraguro (escenario descriptivo). Los demás espacios cumplen la función de decorado.

#### 4.1.12.4.2. Discurso y expresión análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.12.4.2.1. Sustancia

La estructura de este videoclip está compuesta por una parte descriptiva y otra narrativa. El grupo musical está en la parte descriptiva, es decir, se alternan imágenes donde se muestra al cantante principal y a toda la banda, con foco en los instrumentos musicales. Hay un equilibrio entre los elementos descriptivos y narrativos.

##### 4.1.12.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los códigos de iconicidad que se observan con respecto al mundo andino son: la vestimenta de los personajes del relato, los instrumentos de la banda musical y los espacios (locaciones) donde ocurre la narración (al parecer, uno de ellos es el Parque Central de la población de Saraguro).

##### 4.1.12.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: el video se trabaja desde una perspectiva natural fija.

- *Encuadre*: tanto en el relato como en la presentación de los artistas los principales encuadres utilizados son los primeros planos, planos detalles y planos medios. Los primeros planos son utilizados para mostrar los sentimientos y las emociones de los personajes, y también de los artistas en la sección correspondiente. Los planos detalles, en cambio, están para enfocar pequeños objetos o acciones específicas (por ejemplo, la acción de la muchacha de realizar hilo en forma manual); con los artistas, este tipo de plano se utiliza principalmente para mostrar los instrumentos musicales. Por último, los planos medios son utilizados para mostrar las acciones de los personajes del relato, y para registrar a toda la agrupación musical dentro de un solo cuadro.

Para los cortes de cada plano, o las transiciones, se utiliza el recurso del desenfoco en milésimas de segundos.

- *Iluminación*: las luces que se utilizan son una combinación entre luces naturales y artificiales. Asimismo, la banda aprovecha luces de espacios públicos iluminados.
- *Color*: la producción del video musical es completamente a color. Los productores tienen en cuenta los colores del ambiente, la vestimenta y el tiempo para diseñar el aspecto de las imágenes. Hay diversos contrastes entre colores primarios dentro del relato, y también cuando la banda está tocando en la noche, donde se observa la separación entre el color de la vestimenta (negra) con el fondo (blanco hueso). Además, se puede observar que hay una corrección en los colores amarillos, rojos y verdes.

- *Movimientos de cámara*: no se registran movimientos de cámara. La mayoría de imágenes están registradas con cámara fija estática.

#### 4.1.12.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La letra de la canción festeja el sentimiento de amor provocado por una muchacha. El audiovisual, en cambio, aunque al inicio hace referencia al amor de pareja, al final culmina con la separación, porque la mujer se marcha al extranjero. Según la categoría de Goodwin (citado en Sedeño et al, 2016), esta relación entre la canción y el video sería de disyunción, es decir, no hay una relación clara y precisa.

#### 4.1.12.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Antes de presentar la canción, hay una parte introductoria donde se colocan simbologías de la casa productora (*Kinde Producciones*) y la agrupación musical (*The Ñucanchis*), sumadas a textos que hacen referencia al nombre de la canción. Dentro de la narración, un texto que influye en la estructura narrativa es aquel que dice: <<Beca para Italia. Aprobada>>. Al final, se presentan los créditos.

#### 4.1.12.4.2.6. Punto de vista

Este relato es de estilo focalización interna fija, es decir, se narra desde la conciencia o punto de vista del personaje masculino. En ese marco, se puede observar una perspectiva

más tradicional y conservadora. La letra de la canción ayuda a reforzar el punto de vista del hombre.

#### 4.1.12.5. Análisis de la representación

##### 4.1.12.5.1. Niveles de representación

Este videoclip, en un nivel denotativo, relata una historia de desamor. Sin embargo, al colocar mayor atención, se observa que también hay referencias a costumbres y temas que afectan a las poblaciones indígenas.

Los indicios de valores tradicionales del mundo indígena se materializan en el muchacho, que es más tradicional y busca formar una familia. Por esa razón, él intenta proponerle matrimonio a su novia, pero no logra su objetivo.

Otros indicios son la ausencia y el viaje, materializados en este caso en la muchacha. La mujer rompe con las ideas tradicionales de casarse y formar una familia, se aleja de esos preceptos morales porque hay un futuro que ella está labrando a través de sus estudios. El hecho de que una mujer abandone una relación para buscar un mejor futuro es un tópico que se observa muy poco en los videos musicales indígenas.

##### 4.1.12.5.2. Espacios

Los principales espacios seleccionados son espacios abiertos con naturaleza y pequeños pueblos rurales. No se identifican lugares sagrados o que posean algún significado para el pueblo indígena. Se podría indicar, entonces, que se trata de espacios estáticos fijos y planos, que carecen de profundidad.

#### 4.1.12.5.3. Tiempo

Con respecto a la colocación, el tiempo es indeterminado, puede ser un pasado no muy lejano (se puede interpretar por la presencia del teléfono celular, que denota cercanía con nuestro tiempo). En cuanto al orden, se trata de un tiempo lineal, es decir, la narración tiene un inicio y un final. Dentro de la categoría de duración, al inicio se observa un tiempo anormal en el que la imagen parece ir más lento (recurso utilizado para dar mayor emoción al encuentro entre hombre y mujer). Luego de eso, sigue un tiempo normal. Finalmente, respecto a la frecuencia, se observa que hay dos momentos que se repiten: las acciones de la muchacha que está esquivando con su novio.

#### 4.1.12.6. Resumen conclusivo

La narrativa es débil. El video se concentra en dos personajes: hombre y mujer. La interpretación actoral del hombre es mucho más convincente que la interpretación de la mujer. En el hombre, se observan emociones asociadas a la desesperación y el fastidio; mientras que la chica siempre posee la misma actitud emocional. Se observa un inicio, un desarrollo y un fin; sin embargo, el clímax del relato no resulta tan fuerte, y la separación de la pareja tampoco provoca un impacto.

En términos de fotografía, la calidad de la imagen es nítida y de alta resolución.

#### 4.1.13. “Te buscaré” - Grupo Amaru

##### 4.1.13.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Te buscaré
<b>Nombre del artista</b>	Grupo Amaru
<b>Localidad</b>	Saraguro, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2016
<b>Duración</b>	6:16
<b>Casa productora</b>	<i>AylluRecords</i>

Imagen 19. Fotogramas del video musical “Te buscaré” del Grupo Amaru.



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.13.2. Descripción general

La agrupación musical Amaru está conformada por jóvenes artistas del pueblo Saraguro, ubicado al sur del Ecuador. Su trayectoria data desde el año 2011. El objetivo del grupo es rescatar la música milenaria de la cultura indígena (Blog *MillyBelen*).

#### 4.1.13.3. Sinopsis

Una pareja de enamorados está en un restaurante. La muchacha pide que no abra la carta que ella le está entregando. El chico acepta, sin percatarse de que en sus manos tiene una carta de despedida.

#### 4.1.13.4. Análisis narrativo

##### 4.1.13.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.13.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Una pareja decide separarse porque la muchacha parte hacia el extranjero. A partir de esa decisión, se muestran estados emocionales como el dolor por la ausencia de la persona amada. La partida hacia territorios lejanos es una característica muy común dentro de los pueblos indígenas, por ser comerciantes que muchas veces viajan alrededor del mundo. No obstante, en este caso no hay ninguna explicación sobre la partida.

#### 4.1.13.4.1.2. Existentes

##### 4.1.13.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

La acción principal es la entrega de la carta de despedida que ha escrito el personaje femenino, quien le hace prometer al personaje masculino que no la abrirá en ese momento, sino en otro que él crea conveniente. Estas acciones, desde el punto de vista de la función, ayudan a reforzar la idea de alejamiento y de viaje (Casetti & Di Chio, 1998).

Los acontecimientos nucleares, que permiten entender la historia, son:

- *Primero*, la reunión de la pareja de enamorados. Aquella cita y la promesa de guardar la carta por parte del muchacho será lo que rompa la cotidianidad de la pareja.
- *Segundo*, el personaje abre la carta y se da cuenta de que se trata de un escrito de despedida.
- *Tercero*, la muchacha toma una maleta, lista para marcharse de viaje.

Los acontecimientos satelitales que complementan la narración son los diferentes momentos que vivieron como pareja. En ese sentido, hay escenas donde él le compra regalos y otras donde pasean juntos por un campo.

La decisión de irse, por motivos que se desconocen, provoca diversas líneas de transformación en los personajes. Donde más transformación se observa es en la muchacha: desde una situación con una aparente relación estable, ella cambia repentinamente y decide marcharse. Hay un proceso de mejoramiento, desmejoramiento y posible mejoramiento. Mientras tanto, el personaje masculino inicia en un estado de calma y plenitud (mejoramiento), pero luego de leer la carta queda en un estado de desmejoramiento y hasta el final del video no se observa que salga de ese estado.

#### 4.1.13.4.1.2.2. Personajes

En el relato de este video musical se identifican como personajes principales una pareja de novios. El personaje femenino es una chica de entre 17 a 22 años de edad, que pertenece al pueblo de Saraguro y utiliza una vestimenta típica durante el desarrollo del videoclip. Ella se encuentra en un dilema entre el amor y un viaje sin retorno.

Por otro lado, está el personaje masculino, un joven indígena del pueblo Saraguro que está enamorado de su chica. A pesar del dolor que le causa su partida, entiende que ella debe viajar y, al parecer, se resigna.

Desde un análisis basado en el esquema de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se puede afirmar que el sujeto está representado en la figura del muchacho indígena, el objeto es la chica y lo que mueve al sujeto es el deseo de que ella no se aleje y la relación continúe. No se observan remitentes, ni destinatarios, y tampoco ayudantes. El oponente es el destino, que se traduce en un viaje.

#### 4.1.13.4.1.2.3. Escenarios

Los ambientes o sitios utilizados para la producción de este video musical son: una cafetería, una casa, espacios abiertos naturales y un pueblo pequeño. Según la clasificación de Casetti y Di Chio (1991), el ambiente que se presenta se ubica en la categoría de pobre. Los ambientes más representativos son los espacios públicos abiertos del pueblo de Saraguro: el parque central, la catedral y el campo abierto.

En la imagen campestre, las montañas y el arcoíris sirven como referencia para identificar geográficamente a dónde pertenece el videoclip. Solo la imagen en la que ambos

personajes están fuera de la casa de campo hace referencia directa al pueblo andino, ya que en dicha construcción se identifica el *mandala andino*.

#### 4.1.13.4.2. Discurso y expresión: análisis audiovisual de la imagen

##### 4.1.13.4.2.1. Sustancia

La estructura de este video musical posee dos partes bien definidas: una hace referencia a la descripción de la banda musical y la segunda es el bloque donde se desarrolla la narración. Hay un equilibrio entre las imágenes de la agrupación y la historia.

##### 4.1.13.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los códigos de iconicidad que denotan al pueblo andino son: la vestimenta de los personajes del relato, el cabello largo hecho trenza del personaje masculino, la vestimenta de los artistas que aparecen en pantalla y la plaza del pueblo de Saraguro.

##### 4.1.13.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: en la gran mayoría de escenas se utiliza una perspectiva natural fija; sin embargo, en algunos pasajes del relato se observan perspectivas aéreas que relacionan a los personajes con los ambientes.
- *Encuadre*: los planos utilizados con mayor frecuencia dentro de este videoclip musical son: primeros planos, planos medios, y grandes planos generales. Con respecto al relato, los primeros planos se utilizan para mostrar las emociones de los

personajes; en el caso del bloque descriptivo, su función mostrar el rostro de los artistas y la ejecución de los instrumentos musicales. Los planos medios sirven para exhibir las interacciones de los personajes y para enfocar a uno o dos músicos en escena. Los grandes planos se utilizan para mostrar el ambiente donde se encuentran los personajes.

- *Iluminación:* con respecto al relato, las acciones ocurren en espacios interiores y exteriores durante el día. Al inicio del relato, la iluminación resulta un tanto oscura, pero en el transcurso del video musical se controla el nivel de las luces.
  
- *Color:* en relación al tema de la iluminación, al inicio también se evidencia una desaturación de los elementos que aparecen en cuadro. Así, el contexto y la vestimenta de la pareja pierde impacto. Más adelante, los colores se trabajan a través de contrastes llamativos entre los colores primarios. Sin embargo, en ciertos pasajes del video, el color tiende a estar apagado. En el caso de los artistas, se evidencian los mismos niveles de color y calidad de principio a fin.
  
- *Movimientos de cámara:* existen algunas tomas aéreas a través de drones. La función de este tipo de movimientos de cámara es mostrar, de forma general, el ambiente donde se desarrollan las acciones de los personajes. Hay también paneos suaves, de izquierda a derecha.

#### 4.1.13.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

Al inicio del video musical hay una conversación, con una música de fondo que ayuda a reforzar los sentimientos de drama e incertidumbre que encierra el contexto.

La letra de la canción y la imagen coinciden. Se trata de una relación directa de amplificación del tema tratado.

#### 4.1.13.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

El video comienza con un diálogo entre la pareja de enamorados. La conversación ocurre en español.

Los textos externos, es decir, que no son parte del relato, son aquellos que hacen referencia a los datos informativos de la canción, la agrupación musical y la casa productora. El texto interno en la narrativa es la carta escrita a mano, en español, por la muchacha.

#### 4.1.13.4.2.6. Punto de vista

Este relato audiovisual es de focalización interna múltiple. Ambos personajes tienen diferentes puntos de vista sobre el mismo tema. En principio, el foco está puesto en el personaje femenino, pero en una segunda parte, recae sobre el personaje masculino. La canción ayuda a reforzar este último punto de vista.

#### 4.1.13.5. Análisis de la representación

##### 4.1.13.5.1. Niveles de representación

El video musical está compuesto por dos estructuras claramente identificadas. Por un lado, los registros de imágenes de los artistas; y por otro, la historia de amor.

En las imágenes que se muestran en pantalla en relación a la agrupación, se observan músicos tocando instrumentos como bajos eléctricos, bandolina y charangos. La cámara se enfoca en los detalles de cada uno de los instrumentos, la mayoría de las veces los que aparecen en la imagen están conectados con el sonido de la canción. Todos los integrantes de la banda están vestidos con camisa a cuadros de diferentes colores, pero son el pantalón corto y el cabello largo estilo trenza los rasgos identificatorios del pueblo indígena Saraguro.

La historia de la despedida de una pareja está representada por dos personajes. Ambos son jóvenes y pertenecen a la cultura *kichwa* de Saraguro. La mujer lleva siempre puesto un traje típico y el varón tiene cabello largo, elementos que muestran la pertenencia cultural.

El tema al que se hace referencia es el viaje y la partida. Hay que entender que este tipo de sucesos son muy comunes en los territorios indígenas, que migran para trabajar, generalmente hacia Estados Unidos o Europa. Por esa razón, se habla de la migración en éste y otros videos de músicos andinos.

A pesar de que se puede identificar como perteneciente al pueblo Saraguro, el videoclip no utiliza el idioma *kichwa* en las conversaciones o la letra de la canción, sino que opta por el español.

#### 4.1.13.5.2. Espacios

Con respecto a la agrupación musical, se ubica siempre en una misma locación. Al parecer, se trata de un local adaptado para conciertos. Lo que sí cambia son los tipos de planos, que otorgan mayor dinamismo.

Dentro del relato se identifican otros espacios: un restaurante, espacios abiertos naturales, las calles de un pueblo y una casa. La imagen del restaurante rompe con la idea preestablecida de que los pueblos indígenas están en la indigencia: los personajes son jóvenes y adaptados. Los espacios abiertos y naturales cumplen la función de identificar el origen del relato y sus personajes.

La casa a la que se hace mención se ubica en las montañas. Lo particular de esa construcción son los símbolos de la cultura andina que allí se encuentran, por ejemplo, el *mandala andino*.

A partir de lo mencionado, y relacionando el tema del espacio con las categorías que se vienen trabajando, se puede decir que se identifican muchas veces espacios estáticos fijos, pero en algunos momentos, también, espacios descriptivos, espacios planos y espacios fragmentados.

#### 4.1.13.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación se puede identificar en un pasado no muy lejano. El orden del tiempo de la narración es lineal, es decir, la historia transcurre de inicio a fin, aunque en el centro hay evocaciones hacia el pasado, pero aquello no cambia la estructura del orden temporal. La duración de los tiempos es anormal, es decir, el relato transcurre en un tiempo

más lento. Finalmente, los momentos que se observan con frecuencia reiterada (al menos tres veces) tienen que ver con los recuerdos del chico sobre la muchacha que ha partido.

#### 4.1.13.6. Resumen conclusivo

La narrativa es débil y superficial. Sin embargo, hay un trabajo profundo en la interpretación actoral de los personajes, se observan diferentes estados emocionales en los dos actores principales del relato. Por otro lado, hay poco trabajo en la decoración e iluminación de espacios, lo que genera una baja calidad en la composición de la imagen.

La estructura del relato es descendente, es decir, la escena inicial de la entrega de la carta, con la petición de que no sea abierta en ese momento, es la que se podría catalogar como clímax. Luego de eso, las diferentes escenas posteriores justifican o explican las acciones que ocurren en el clímax. Por esa razón, se puede decir que la tensión dramática va en descenso.

#### 4.1.14. “Mandarina” - Yariway Bruselas

##### 4.1.14.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Mandarina
<b>Nombre del artista</b>	Yariway Bruselas
<b>Localidad</b>	Bruselas
<b>Año de producción</b>	2016
<b>Duración</b>	5:40
<b>Casa productora</b>	1060 Studios

**Imagen 20.** *Fotogramas del video musical “Mandarina” de la agrupación musical Yariway.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.14.2. Descripción General

No se encontraron datos sobre la banda, a pesar de que existen varios videos musicales de su autoría.

#### 4.1.14.3. Sinopsis

Un migrante que vive en Europa se dedica a los quehaceres del hogar (limpiar y atender a los niños), mientras su mujer trabaja. Este comportamiento es juzgado negativamente por sus amigos, por lo que el sujeto siente presión y sufre.

#### 4.1.14.4. Análisis narrativo

##### 4.1.14.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.14.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

El relato hace referencia a la dureza de la vida del migrante indígena en países europeos; pero el tema sobre el que gira es la condición de víctima en la que se coloca al hombre cuando tiene que realizar las actividades del hogar. Es decir, en otro territorio, se invierten los roles tradicionales: el hombre cuida a los niños, limpia y cocina, mientras la mujer sale a trabajar. Esta inversión es motivo de sufrimiento, ya que se observa una presión social (sobre todo de parte de los amigos) para que la situación se revierta.

#### 4.1.14.4.1.2. Existentes

##### 4.1.14.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

En el video se observa una serie de acciones aisladas, que no tienen una conexión lógica en tanto narrativa audiovisual. Es decir, no existe la relación causa - efecto. Son dos bloques de acciones: en el primero, el personaje principal tiene una convivencia grupal con miembros de la comunidad migrante; luego, el mismo personaje se observa realizando actividades del hogar y paseando con su familia.

En el primer bloque de escenas y secuencias, se observa un hombre bastante social e independiente. En cambio, al interior del hogar, se visualiza como un hombre trabajador, cumplidor de los quehaceres del hogar, pero con una carga depresiva. Así, se evidencia un conflicto interno y social, porque el personaje se siente cansado, infeliz, humillado e incomprendido por su esposa y sus amigos (que representan a la sociedad).

En este video musical, a pesar de identificarse dos personajes principales, no se observa en ellos transformaciones en ninguna dirección. Es decir, los personajes inician y terminan en las mismas condiciones.

##### 4.1.14.4.1.2.2. Personajes

Existen dos personajes, pero solo uno de ellos es el principal, ya que posee características para ser interpretado. Se trata de un sujeto adulto perteneciente a un pueblo *kichwa* de Ecuador, pero que vive en una ciudad europea. Es un sujeto que está integrado a las dinámicas culturales, aunque sin perder su lazo con la comunidad. Posee un conflicto interno y social. Interno porque no puede expresar su verdadero sentir, y social, porque la comunidad migrante ecuatoriana lo presiona.

En ese sentido, este personaje es complejo, ya que muestra la contradicción de sentimientos y emociones. Sin embargo, como se había indicado, las escenas no responden a una secuencia de causa y efecto; por esa razón, se podría decir que este personaje no cumple ningún rol.

Aplicando el esquema de análisis de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), la figura del sujeto es ocupada por el hombre, el objeto de deseo es la libertad frente al sometimiento. No se identifica al remitente y tampoco a los destinatarios. El rol de ayudante recae sobre sus amigos migrantes y el oponente es la esposa.

#### 4.1.14.4.1.2.3. Escenarios

Los escenarios donde transcurren las acciones de los personajes son: el hogar del sujeto, un parque abierto donde se encuentra con los amigos, las calles de un barrio europeo popular y el interior de un automóvil. Todos los escenarios cumplen una función decorativa y descriptiva.

#### 4.1.14.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.14.4.2.1. Sustancia

La estructura del videoclip se compone de dos bloques independientes, pero intercalados. En uno de los bloques están los artistas que cantan e interpretan sus instrumentos musicales. En el otro bloque, aunque no de una forma muy fuerte en el aspecto narrativo, se cuenta la historia. Según las tipologías de video que se han estudiado, se puede enmarcar como descriptivo – narrativo (Sedeño, 2007), en este caso con mayor peso en el bloque descriptivo.

#### 4.1.14.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los códigos de iconicidad dentro del relato que hacen referencia al pueblo indígena ecuatoriano se encuentran en el pelo largo del hombre, el modo de cargar al niño en la espalda envuelto con una sábana, la forma de compartir la cerveza y el *ecuavoley*<sup>28</sup>.

En relación a los artistas, los códigos de iconicidad que hacen referencia al pueblo *kichwa* andino están reflejados, en un nivel más superficial, en la vestimenta (de hombres y mujeres). Los hombres visten con sombrero claro, ruanas azules, pantalones y alpargatas blancas. Las mujeres visten camisa blanca con bordados de flores, anacos y alpargatas azules.

Además, se evidencia que existe una narrativa interna, en términos de Rodríguez (2014), ya que los artistas participan total o parcialmente en el video, en este caso los personajes son las voces principales de la canción.

#### 4.1.14.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: la perspectiva más utilizada es la natural fija.
- *Encuadre*: se evidencian primeros planos, planos medios y planos detalles. Los primeros planos son utilizados para registrar las emociones que se materializan en los rostros de los personajes. En este videoclip, este tipo de planos hacen foco en el personaje principal, y también en los cantantes de la banda musical. Los planos detalles son utilizados para mostrar los diferentes instrumentos musicales que se

---

<sup>28</sup> El *ecuavoley* es un deporte tradicional entre los ecuatorianos.

ejecutan. Los planos medios son utilizados para mostrar la interacción de los sujetos en los diferentes escenarios.

- *Iluminación:* se encuentran espacios abiertos y cerrados. En los espacios abiertos, la iluminación natural no ayuda mucho porque las escenas, o bien fueron grabadas en la tarde/noche o en el invierno europeo, pero se observa oscuridad. En cambio, los espacios cerrados utilizan iluminación artificial y logran mostrar mejor a los personajes.
  
- *Color:* la mayor parte del video musical es a color, pero se utiliza el blanco y negro para remarcar los recuerdos. Toda la parte que está a color en el relato tiene un estilo oscuro y misterioso, producto de la iluminación de los espacios exteriores fríos y los vestidos de los hombres, de colores oscuros. En lo que respecta al momento en que se muestra a la banda musical, ésta se encuentra en un local amplio donde el frente está iluminado pero el fondo es oscuro. La utilización por parte de los integrantes de ruanas de la misma tonalidad (azul oscuro) provoca que imagen se vuelva plana. Solo los pantalones, las alpargatas (en el caso de los hombres) y la blusa (en las mujeres) generan un contraste. Aun así, la imagen sigue siendo plana.
  
- *Movimientos de cámara:* no se evidencian movimientos de cámara más allá de algunas tomas panorámicas con movimiento lento y *zoom in*.

#### 4.1.14.4.2.4. Código Sonoro (sonidos y música)

La letra de la canción toca el tema del equilibrio en los quehaceres del hogar, que en la mayoría de ocasiones recae sobre las mujeres. Es una especie de debate entre el cantante hombre y la cantante mujer sobre los roles de cada género en las tareas del hogar y el cuidado de los niños.

Sin embargo, a pesar de que en el video se toca el mismo tema, la representación es asimétrica. Es decir, en el producto audiovisual se presenta al hombre como víctima de los “maltratos” de su mujer. Asimismo, se presenta a la mujer como alguien carente de sentimientos.

Aplicando las reflexiones de Goodwin (Sedeño et al, 2016), se observa que el tipo de relación entre la música y el video es de amplificación, es decir, se concentra en un tema específico y tiende a reiterarse en varias ocasiones.

#### 4.1.14.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Hay un diálogo entre madre e hijo en idioma *kichwa*. La madre lo aconseja sobre la importancia de valerse por uno mismo y no confiar en las mujeres de este tiempo. Esta conversación está acompañada de subtítulos en español.

#### 4.1.14.4.2.6. Punto de vista

El punto de vista de este relato es de tipo focalización interna fija. La perspectiva desde la cual se narra la historia es la del personaje masculino que aparentemente sufre

maltratos y humillaciones por parte de su mujer. La canción viene a reforzar este punto de vista.

#### 4.1.14.5. Análisis de la representación

##### 4.1.14.5.1. Niveles de la representación

Al relacionar los elementos audiovisuales con la canción, se identifica que el tema que se aborda son los roles de género dentro del hogar. Sin embargo, cuando se compara la letra de la canción con las imágenes que aparecen en pantalla, se observa que hay asimetría en el tema. En otras palabras, la canción resalta la idea de compartir los quehaceres de la casa, pues la mujer siente que su marido dedica más tiempo a sus amigos, al juego y al alcohol; mientras que en el video, es el hombre quien se muestra como una víctima, incomprendido y reprimido.

Los indicios que existen dentro del videoclip para interpretar la colocación del hombre como víctima son: el hombre cocinando con el bebé a sus espaldas, aspirando la sala, saliendo de paseo con la mujer y los niños y entrando con los dos niños en los brazos. Todas estas imágenes representan o hacen alusión a las emociones negativas que siente este personaje cada vez que realiza este tipo de tareas.

Con lo expuesto en los párrafos anteriores, se concluye que el video musical no hace justicia a lo que se dice en la canción. Las imágenes que se muestran en el relato están representando a un hombre que no considera compartida la responsabilidad en las tareas del hogar, y al hacer esas tareas, se siente humillado frente a su comunidad de hombres migrantes.

#### 4.1.14.5.2. Espacios

Los espacios donde ocurre la acción son espacios exteriores e interiores. Los espacios exteriores son parques y barrios de una ciudad europea. Asimismo, a través del mobiliario interno, se observa que los hogares también se ubican en un contexto europeo. A partir de las categorías de análisis planteadas, se define la combinación de espacios fijos, espacios planos, espacios abiertos y espacios cerrados. En lo referente al espacio *in/off*, las escenas que se muestran dejan muy poco librado a la imaginación.

#### 4.1.14.5.3. Tiempo

La duración temporal de este relato se ubica en un pasado no muy lejano. El orden de tiempo que se utiliza es de tipo lineal, tiene un inicio y un desarrollo, aunque no se observa con claridad un final. La duración del tiempo al interior del relato es normal. Finalmente, la frecuencia que se observa es repetitiva, haciendo hincapié en los momentos donde el hombre realiza las actividades del hogar (limpiar y cuidar niños).

#### 4.1.14.6. Resumen conclusivo

La narrativa de este video musical es débil. No existe una trama adecuada. La estructura tiene un inicio y un aparente desarrollo, pero no se observa ningún clímax en el final. Además, los espacios donde se realizan las acciones carecen de planificación. A nivel técnico, también se observan falencias en la fotografía y en su composición.

A nivel de representación, se muestra un personaje masculino como víctima de su esposa. Sin embargo, solo se trata de una presión social desde la perspectiva masculina, a partir de la idea de que los hombres no deben cuidar a los niños o limpiar el hogar.

#### 4.1.15. “Amarumi” - La Mafia Andina

##### 4.1.15.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Amarumi</i>
<b>Nombre del artista</b>	La Mafia Andina
<b>Localidad</b>	Otavalo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2019
<b>Duración</b>	4:42
<b>Casa productora</b>	No se identifica

**Imagen 21.** *Fotogramas del video musical “Amarumi” de la agrupación musical La Mafia Andina.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.15.2. Descripción general

La agrupación Mafia Andina es un proyecto musical que tiene inicios en el 2016. El estilo musical de esta banda se enmarca dentro de los ritmos considerados urbanos, como el *rap*, y es cantado en idioma *kichwa* y español. El objetivo de este grupo es fortalecer las culturas andinas (*El Comercio*, 2020) y la denuncia social (*Be Life*, 2017).

#### 4.1.15.3. Sinopsis

Una muchacha se purifica en una fuente natural e ingresa al mundo indígena.

#### 4.1.15.4. Análisis narrativo

##### 4.1.15.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.15.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Una mujer, a través de ritualidades andinas asociadas a las plantas y al agua, realiza una purificación para ingresar al mundo comunitario indígena. Una vez dentro, ella comienza a vivir experiencias asociadas a la naturaleza. Además, lleva una vida más comunitaria, siente la solidaridad cuando se comparten los alimentos y percibe un mundo con mucho simbolismo.

#### 4.1.15.4.1.2. Existentes

##### 4.1.15.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Se identifica un personaje principal y un personaje secundario. El personaje principal realiza su primera acción: bañarse con agua fría en una fuente natural, que representa una purificación. Luego, la muchacha empieza a vestirse con ropa típica y atraviesa un camino hacia la comunidad indígena. Al final, una integrante de la comunidad le da la bienvenida y le entrega un objeto.

Hay que colocar énfasis en la acción de purificación, acto que permite el ingreso y la validación en la comunidad indígena. En ese sentido, la muchacha vive un proceso de transformación en términos de mejoramiento, ya que el proceso de purificación con agua representa que había un estado anterior de deterioro. La entrega de una canasta con maíz de diferentes colores representa la confirmación de la aceptación en la comunidad indígena.

##### 4.1.15.4.1.2.2. Personajes

Se puede evidenciar que hay una narrativa casi imperceptible. El personaje principal es la chica que, a través de un baño de purificación, se apresta a ser parte de la comunidad y cotidianidad de la vida indígena. Luego de la purificación para la atracción de buenas energías, le entregan un obsequio.

Desde la visión de Greimas (citado en Canet & Prósper, 2009), la muchacha es el sujeto que está buscando cumplir una misión, pero no se identifican remitentes. El destinatario recae sobre el mismo sujeto. Los ayudantes son los elementos de la naturaleza y un miembro de la comunidad. La oposición se observa en la contaminación previa a los rituales de purificación.

#### 4.1.15.4.1.2.3. Escenarios

Los escenarios utilizados para este video musical son ambientes y elementos naturales como el agua, los caminos llenos de plantas y la hoguera dentro de un hogar indígena. De lo mencionado, se destacan dos ambientes y elementos: la fuente de agua, asociada a la purificación y las buenas energías; y el hogar indígena con su hoguera (tulpa), como espacio para hablar y hacer comunidad. Ambos refieren directamente al mundo andino.

Así, desde la clasificación de Casetti & Di Chio (1998), se está frente a un decorado equilibrado, y la función que cumple el escenario en este videoclip es explicativa (Genette citado en Canet & Prósper, 2009).

#### 4.1.15.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.15.4.2.1. Sustancia

Respecto a la estructura, el video musical es de carácter representativo y narrativo. A diferencia de otros videos, estos dos bloques se combinan.

##### 4.1.15.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los códigos de iconicidad que hacen referencia a la cultura andina son diversos. En este sentido, el video ofrece muchos aspectos que sirven para la interpretación. Dentro de la naturaleza, se identifica un conjunto de elementos como el agua, las plantas, la siembra y el maíz. Otro conjunto de objetos son las prendas de vestir: la blusa, el anaco, los collares y las

pulseras. Finalmente, otros elementos con significado son: la comida que se prepara en una olla de barro, el fuego en una hoguera tradicional (tulpa) y la casa indígena.

Asimismo, en el videoclip se observan diversas imágenes relacionadas con la letra de la canción: ovarios, serpientes, cruces y gotas de agua.

#### 4.1.15.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: con frecuencia se utiliza una perspectiva natural fija.
- *Encuadre*: en la mayoría de los casos se utilizan primeros planos, planos detalles y planos medios. Los primeros planos y planos medios son utilizados para mostrar el rostro y partes del cuerpo. En cambio, los planos detalles sirven para enfatizar en diferentes objetos.
- *Iluminación*: la mayoría de escenas son registradas con la luz del día, pero hay un control con luz artificial para que la imagen sea mucho más suave.
- *Color*: la producción del video es a color. En la estructura, se pueden observar dos momentos diferentes con respecto al color. En la primera parte priman los blancos, verdes y azules. Luego, el color se concentra en los anaranjados, amarillos y rojos. En ese sentido, se podría mencionar que al principio los colores son fríos y luego predominan los colores cálidos.
- *Movimientos de cámara*: se identifican pocos movimientos de cámara, la mayoría son cámaras estáticas.

#### 4.1.15.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La canción hace referencia a la reivindicación de la mujer, mientras que el video narra la purificación y la vida en comunidad del sector indígena. Sin embargo, hay ciertos elementos gráficos que aparecen en pantalla que resaltan algunas frases clave de la canción.

#### 4.1.15.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales que se identifican son los que hacen referencia a los datos de la canción. Hacia el final, aparecen dos textos en *kichwa*, uno a modo de mensaje: <<*runa kausayta sinchiyachishpa Katinkapak*>> (en español: “sigamos fortaleciendo la vida del ser humano indígena”); y otro que expresa agradecimientos a la comunidad en donde se grabó el video musical: <<*Morales chupa – Kushkawa. Tukuy Shunguwa*>> (en español: “para Morales Chupa – *Kushkawa*. Con todo el corazón”).

#### 4.1.15.4.2.6. Punto de vista

Este relato audiovisual es de tipo no focalizado, es decir, hay un narrador omnisciente que sabe más que los personajes. Además, la mirada de la protagonista, que apunta directamente hacia la cámara, representa una interpelación a ese narrador omnisciente.

#### 4.1.15.5. Análisis de la representación

##### 4.1.15.5.1. Niveles de representación

La estructura del video musical está ubicada en el ámbito de la representación. El video inicia con el cuerpo descubierto y el pelo suelto de la muchacha. Como elementos decorativos que adornan su cuerpo, se identifican collares de color rojo y dorado. Otros elementos que componen estas primeras imágenes hacen referencia a productos tradicionales autóctonos de los Andes, como maíz, papa (patatas), tejidos y esteras. Además, se traen a la pantalla imágenes de animales domésticos como el perro y la vaca. Un objeto que también llama la atención es un plato, que al parecer contiene palo santo humeante (en la cultura andina, esto sirve para realizar limpiezas de energía en los cuerpos humanos).

En el videoclip se observa una relación directa entre la naturaleza y el ser humano, que logran conectarse a través del agua (cuando la muchacha toma el baño con características míticas y rituales) y la utilización de plantas (limpiando o purificando el cuerpo).

Más adelante, se observa que la artista se viste con los collares, pulseras y vestimenta propia de la cultura indígena de Otavalo. Sin embargo, hay que advertir que esta vestimenta se diferencia un tanto del estilo tradicional de las chicas indígenas, es decir, no corresponde por entero a la ropa típica de las mujeres indígenas, sino que se trata de una adaptación, con un diseño mucho más juvenil (por ejemplo, con escotes más abiertos) y artístico.

El video también muestra una serie de plantas que la protagonista va acariciando y mirando. Son plantas nativas de los Andes, que están relacionadas a diferentes usos, como ser: chilca (purificación), penco (bebidas), la planta y flor de choco (alimentación).

La forma de acompañar la interpretación musical con el cuerpo está muy relacionada con estilos musicales como el *rap* y el *hip hop*. Se trata de una propuesta diferente de una artista joven que tiene un estilo propio.

La cantante, luego de su baño de purificación, se inserta en la vida cotidiana indígena, lo que se evidencia en la imagen de la fogata, con una señora indígena que prepara la comida.

Algunos elementos recurrentes en el videoclip son: el cuerpo descubierto de la artista, la naturaleza, el agua y la serpiente.

#### 4.1.15.5.2. Espacios

En este video musical los espacios seleccionados (la mayoría, espacios naturales y rurales) hacen referencia a la cultura indígena andina, a través de elementos distribuidos de forma equilibrada. Se considera que los espacios utilizados se relacionan con los cuatro elementos vitales de la naturaleza (agua, tierra, fuego y aire). Con todo lo mencionado, se podría afirmar que se está frente a espacios descriptivos y expresivos.

#### 4.1.15.5.3. Tiempo

La colocación del tiempo del relato del videoclip es indeterminada, simplemente se refiere a un pasado. El orden del tiempo es lineal, ya que se registra un inicio, un desarrollo y un fin. En este orden de tiempo se puede hacer una observación: el tiempo donde se realiza el ritual de limpieza representa un tiempo “sucio” y anormal, mientras que, luego del acto ritual, se ingresa en un tiempo de paz, tranquilidad y comunidad. En lo referente a la categoría de duración al interior del relato, se trata de un tiempo normal (tiempo y acción coinciden). Finalmente, la frecuencia es múltiple, es decir, se hace alusión reiterada a diversos objetos que representan la cultura indígena andina.

#### 4.1.15.6. Resumen conclusivo

Respecto a lo técnico, el video musical está bien elaborado, hay una planificación previa a través de la utilización de guiones técnicos y fotográficos. En el ámbito de la representación, hay diversos elementos que hacen referencia a la cultura andina, como el agua, las plantas, la tierra y la vestimenta tradicional. Cada uno de los elementos tiene un significado, por lo que el video resulta muy rico para la interpretación.

#### 4.1.16. “Tigramurkani” – Azamakuna

##### 4.1.16.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Tigramurkani</i> (en español: “He regresado”)
<b>Nombre del artista</b>	Azamakuna
<b>Localidad</b>	Otavallo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2017
<b>Duración</b>	4:16
<b>Casa productora</b>	<i>Davinci Records</i>

**Imagen 22.** Fotograma del video musical “Tigramurkani” de la banda musical Azamakuna.



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.16.2. Descripción general

Azamkuna<sup>29</sup> es una agrupación musical de la ciudad de Otavalo. Es un grupo con una trayectoria corta, pero que ha logrado hallar el gusto de sus oyentes con cada una de sus canciones.

#### 4.1.16.3. Sinopsis

Una expareja se encuentra por casualidad en medio de una plaza. No cruzan ninguna palabra entre ellos pero, a través de su mirada, empiezan a recordar los mejores momentos que pasaron juntos.

#### 4.1.16.4. Análisis narrativo

##### 4.1.16.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.16.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Una expareja se encuentra de forma fortuita en la plaza central de un pueblo. Al cruzar miradas, se trasladan al pasado. Este relato hace hincapié en las emociones que surgen con la ilusión amorosa, las actividades de pareja que realizaron cuando fueron enamorados y los motivos del alejamiento. En este caso, el alejamiento también fue causado por un viaje.

---

<sup>29</sup> El nombre *Azamakuna* hace referencia al lugar de pertenencia, que es la comunidad de Azama. Es el equivalente a decir, en español, “soy de Madrid”.

#### 4.1.16.4.1.2. Existentes

##### 4.1.16.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Las acciones concretas que se identifican en este relato son:

- Encuentro fortuito en la plaza central de Otavalo entre las dos personas (exnovios). Ambos quedan tan sorprendidos que solo se contemplan con la mirada y empiezan a recordar.
- El personaje femenino recuerda los momentos felices que vivió con su pareja del pasado en un parque infantil. En esa misma vía, también recuerda cuando su expareja le llevó un regalo sorpresa y una caminata por un bosque andino.
- La chica recuerda el momento en el que tuvieron que separarse. Ese día, el chico le había entregado un papel que decía “Te esperaré”. Luego de que esa promesa no se cumpla, la chica quemó el papel y finalizó su espera.

En esta historia hay dos personajes principales. Se trata de un encuentro fortuito en la plaza de una ciudad entre un hombre y una mujer que prometieron esperarse y, sin embargo, no lo cumplieron. Luego de la promesa y la separación, hay diferentes grados de transformaciones: la chica se quedó en su pueblo (Otavalo) y siguió con sus actividades, esperando que su expareja vuelva y cumpla con lo pactado. El proceso de transformación del personaje femenino fue de empeoramiento (Casetti & Chio, 1991; Canet & Prósper, 2009). Mientras tanto, el muchacho, en el lugar al que se haya ido, al parecer ha conseguido una nueva pareja y ha realizado su vida. Para el personaje masculino, entonces, hay un proceso de mejoramiento (Casetti & Chio, 1991; Canet & Prósper, 2009).

Esta interpretación se realiza en base a los pocos elementos que muestran las imágenes, sumado a un proceso de inferencia a partir de la letra de la canción y los diálogos que hay en ella.

#### 4.1.16.4.1.2.2. Personajes

La historia tiene dos personajes. La muchacha es una mujer joven indígena del pueblo Otavalo, vestida con su traje típico. Desde el ámbito de la construcción psicológica, se evidencia como una mujer soñadora, cumplidora de su palabra y muy entregada a las relaciones de pareja.

El muchacho es un joven indígena, lo que se identifica principalmente por su cabello largo. A nivel psicológico, es una persona que no cumple sus promesas y que se adecua a la situación que a él más le convenga.

Ambos personajes son planos (Casetti & Di Chio, 1998), es decir que en el registro audiovisual se observa muy poco trabajo respecto a ellos. En cambio, muchas de las interpretaciones se logran gracias a la canción, que tiene diálogos y elementos que permiten una mejor comprensión.

El rol que ocupa la chica es pasivo (Casetti & Di Chio, 1998): después de la partida, solo cumple su promesa de esperar y no realiza otra acción. Por esa razón, también se le puede adjudicar el rol más conservador. El personaje masculino, por lo contrario, es activo: luego de la despedida amorosa, él decide quedarse en el extranjero y rehacer su vida con otra pareja. En ese sentido, ocupa un rol de modificador.

Al aplicar el modelo actancial de A.J. Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se establece que el sujeto es la chica que recuerda y el objeto de deseo es el chico. No se identifica a un remitente y tampoco a un destinatario. Del mismo modo, no se logra

vislumbrar al ayudante. El opositor es el destino, materializado en la ausencia y el alejamiento.

#### 4.1.16.4.1.2.3. Escenarios

Los ambientes utilizados para la producción de este video son espacios urbanos y naturales con luz natural en el día y la tarde. Principalmente, se han escogido zonas urbanas y rurales de la ciudad de Otavalo. Sin embargo, los espacios no refuerzan ningún tipo de mensaje o discurso que haga referencia al tema en cuestión (la separación de la pareja) o a características culturales o sociales. En ese marco, siguiendo las categorías de análisis de Casetti & Di Chio (1991), se considera como un ambiente pobre. Desde el punto de vista de Canet y Prósper (2009), el escenario de este video musical solo utiliza la función referencial.

#### 4.1.16.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.16.4.2.1. Sustancia

La estructura del video musical cuenta con dos bloques independientes, en uno aparecen los artistas, y en el otro se narra la historia. Hay equilibrio entre ambas partes.

##### 4.1.16.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los códigos de iconicidad que hacen referencia a la cultura indígena andina son: la plaza central de la ciudad de Otavalo (las tomas de este espacio público se han hecho de día y de noche), la vestimenta de la mujer indígena y el cabello largo del hombre indígena.

#### 4.1.16.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: se utiliza una perspectiva natural fija.
  
- *Encuadre*: hay una utilización mayoritaria de primeros planos y planos medios. Dentro de la narración, el primer plano sirve mostrar las emociones que se materializan en el rostro. Los planos medios son para mostrar la interacción de las personas, en este caso de la expareja. En las escenas que muestran a los artistas, los primeros planos se utilizan para enfocar a la cantante y los planos medios, para mostrar a los demás músicos. Estos planos medios están en contrapicado.
  
- *Iluminación*: hay un trabajo inadecuado en la iluminación respecto al relato. Al inicio, se observa, incluso, la sombra del camarógrafo en unos de los actores. Sin embargo, en la sección donde aparecen los artistas existe un trabajo profesional de luces, ya que las tomas fueron realizadas en la noche. La iluminación, sobre todo cuando aparece la cantante principal, resulta muy atractiva.
  
- *Color*: la producción del video musical es a color. El relato, que ocurre en el día, tiene una paleta de colores indeterminada. En la interpretación de los artistas en la noche, se observa un contraste entre el fondo negro y los colores rojos de la cantante. Los colores de los instrumentistas, en cambio, a pesar de los juegos de luces, tienden a opacarse con el fondo oscuro. En general, el color está muy relacionado a la iluminación nocturna de la plaza central de Otavalo.

- *Movimientos de cámara*: se observan paneos suaves, *trávelin*, acercamientos y alejamientos de cámara.

#### 4.1.16.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

Hay una relación directa entre el tema de la canción y lo que aparece en las imágenes. Siguiendo la tipología de Goodwin (citado en Sedeño et al, 2016), se trataría un tipo de videoclip que ilustra el tema tratado.

#### 4.1.16.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Al inicio del video, existe un texto que cumple la función de ubicar al lector dentro de una temporalidad. Sin embargo, resulta algo confuso porque dice, literalmente: <<2 años después>>, junto al logo de la casa productora del video. Luego, aparecen textos que hacen referencia a los datos de la canción. Casi al final, hay una nota que el chico entrega a la chica antes de partir. Ese mensaje, escrito en español, dice: <<Te esperaré>>. Esta nota también resulta confusa porque da a entender que la persona que se marcha es la muchacha, cuando luego se observa lo contrario.

#### 4.1.16.4.2.6. Punto de vista

En este videoclip, el relato posee un punto de vista de tipo focalización interna fija: se cuenta desde la perspectiva del personaje femenino. Sin embargo, al relacionarlo con la letra de la canción, se observa que allí se intentan configurar dos puntos de vista: hay una

voz femenina que canta el tema musical, pero está acompañada de un diálogo con la voz de un hombre, que justifica sus acciones durante el tiempo de ausencia.

#### 4.1.16.5. Análisis de la representación

##### 4.1.16.5.1. Niveles de representación

Hay dos bloques para analizar en este videoclip. Uno hace referencia al relato y otro, a la presencia de la cantante y los músicos.

A nivel del relato, los personajes se representan como jóvenes del pueblo *kichwa* de Otavalo. En el muchacho, el elemento más representativo es su cabello hecho trenza, y en la chica, su vestimenta típica. A través de la identificación de la muchacha con su vestimenta, el receptor puede inferir que se trata de música andina indígena.

La representación del grupo musical comienza haciendo referencia a su lugar de origen (Otavalo). En las imágenes, se observa a la voz principal del grupo y a los artistas que le acompañan. La voz principal es una chica joven vestida con traje típico, que al inicio hace una presentación del grupo en castellano, pero luego la canción es cantada completamente en idioma *kichwa*. El resto de los integrantes van apareciendo en escena ejecutando los siguientes instrumentos: bandolina, guitarras tradicionales y eléctricas.

Una temática subyacente dentro de este video musical es la partida de los personajes por motivos de comercio o artísticos, acción muy frecuente en la población *kichwa* de la provincia de Imbabura.

#### 4.1.16.5.2. Espacios

A nivel del relato, se utilizan espacios urbanos de una pequeña ciudad y espacios naturales: bosques y parques. El parque central de la ciudad de Otavalo es el lugar más representativo y simbólico que se puede encontrar en el video.

A nivel de la exposición de los artistas, se utilizan locaciones donde hay edificaciones religiosas (una iglesia católica). Se trata de la iglesia central de la ciudad de Otavalo y también de su plaza central en la noche. Allí se trabaja el tema de las luces. Con lo mencionado, se puede afirmar que existe una combinación de espacios fijos y profundos, que cumplen con la función de descripción.

#### 4.1.16.5.3. Tiempo

En relación al tiempo de colocación, el relato y los artistas aparecen en el mismo tiempo: un pasado no muy lejano. El orden del tiempo en que se organiza el relato es circular, es decir, inicia y comienza en el mismo momento, pero el desarrollo sucede en el pasado, a través de los recuerdos de la expareja. La duración del tiempo es anormal, hay dilatación, las escenas duran más de lo indicado. En términos de frecuencia, se observa un estilo múltiple: hay varias reiteraciones de los recuerdos de la pareja en tiempo pasado.

#### 4.1.16.6. Resumen conclusivo

La narración es débil y reiterativa. Aunque se entiende con exactitud la intensidad del romance entre la pareja dos años atrás, queda en el aire el motivo de la partida o alejamiento del muchacho. Además, llegando al final del relato, el muchacho entrega una

carta donde dice <<Te esperaré>>, lo que pareciera indicar que la persona que se ausenta es la muchacha.

El cruce de miradas es la acción que da inicio a este relato, pero no se observa ninguna tensión dramática, ni al inicio ni al final.

#### 4.1.17. “Sisagu” – Tuldupay

##### 4.1.17.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Sisagu</i>
<b>Nombre del artista</b>	Tuldupay
<b>Localidad</b>	Otavallo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2014
<b>Duración</b>	5:00
<b>Casa productora</b>	<i>Ayllu Records</i>

**Imagen 23.** Fotogramas del video musical “Sisagu” de la banda musical Tuldupay.



*Nota:* elaboración propia con imágenes de YouTube.

#### 4.1.17.2. Descripción general

Según los datos de su cuenta de *Facebook*, la agrupación Tuldupay es un proyecto musical etno-cultural que se origina a partir de la preocupación por la pérdida de costumbres y tradiciones de los pueblos indígenas andinos (Tuldupay, 2020).

#### 4.1.17.3. Sinopsis

Una chica sale de su casa rumbo al río para lavar los tejidos. En el trayecto, un chico observa el caminar de la muchacha y decide seguirla sigilosamente. El muchacho la pretende de manera romántica, y aunque ella al principio no quiere, al final termina aceptando.

#### 4.1.17.4. Análisis narrativo

##### 4.1.17.4.1. Historia y contenidos

##### 4.1.17.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Existe un relato en la danza que bailan dos chicos. A través del cuerpo, se produce una comunicación: el mensaje que se transmite es un juego de seducción. Al final, el muchacho se queda con una prenda de vestir que simboliza el interés romántico de la chica.

#### 4.1.17.4.1.2. Existentes

##### 4.1.17.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Las principales acciones que se puede identificar son: el encargo de lavar las lanas por parte de la madre de la chica, la persecución del chico y la invitación a la danza (como invitación romántica).

En ese sentido, se puede decir que los acontecimientos nucleares de esta narración son:

- Un chico persigue a una chica en un camino que cruza el bosque andino.
- El muchacho llama la atención de la chica botándole unas semillas de eucalipto.
- Hay una invitación a danzar juntos. Aquella danza muestra un proceso de cortejo con características del pueblo indígena.

En cambio, los acontecimientos satelitales, cuya colocación o retiro no afecta al entendimiento de la narrativa, son:

- La conversación entre madre e hija en el taller de tejidos.
- Primera persecución de la chica.
- Segunda persecución de la chica.
- Primer intento (fallido) de llamar la atención de la chica lanzándole semillas.

Los personajes de esta narración sufren transformaciones mínimas en dirección a un mejoramiento. No es aplicable, en este videoclip, el modelo actancial de A. J. Greimas.

#### 4.1.17.4.1.2.2. Personajes

Dentro de la narrativa, se identifican tres personajes: dos principales y una complementaria.

El personaje principal femenino, a nivel de aspecto físico, es de tamaño pequeño y de contextura delgada. Además, se observan rasgos que muestran un carácter dulce y carismático. Tiene alrededor de 20 años y está vestida con su traje típico indígena. A nivel de comportamiento, se trata de una joven mujer activa, que trabaja y que no es fácil de dominar.

El otro protagonista es un chico de pequeña estatura. Su edad aproximada está en los 20 años. A nivel de comportamiento, se observa que es un joven divertido, perseverante y juguetón.

El personaje complementario (la madre de la chica) es una joven-adulta que está vestida con traje típico indígena y que realiza actividades relacionadas al tejido y las manualidades.

#### 4.1.17.4.1.2.3. Escenarios

En el escenario donde interactúan madre e hija se observan elementos, como hilos y telares, que refuerzan la actividad de tejido de las mujeres. Luego, existen ambientes naturales (caminos, río y campo abierto), que solo cumplen una función referencial y decorativa.

#### 4.1.17.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.17.4.2.1. Sustancia

El videoclip tiene dos estructuras que son interdependientes, es decir, hay una hibridación de estilos narrativos y performativos. A través de la danza se cuenta una historia.

##### 4.1.17.4.2.2. Códigos de iconicidad

Iniciando con los personajes, se observa como ícono la vestimenta indígena, pero el vestido que utiliza el muchacho es solamente para momentos especiales. Luego, están los objetos que se observan en el espacio de tejido como hilos, telares y textiles.

En lo que se refiere a los artistas, utilizan vestimenta tradicional: un conjunto conformado por sombreros, ruanas, pantalón blanco y alpargatas blancas. Este tipo de trajes es utilizado solamente para ocasiones especiales.

##### 4.1.17.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

– *Perspectiva*: se observa con frecuencia la utilización de una perspectiva natural fija. Sin embargo, en un pasaje del relato se observa una perspectiva subjetiva.

– *Encuadre*: predominan los planos medios y planos generales. Los planos medios son para mostrar las acciones de los personajes en el espacio. Los planos generales se utilizan para exhibir la danza que se da entre los dos personajes.

Los primeros planos y los planos detalles son utilizados mayormente para registrar a los artistas.

- *Iluminación*: se observa la utilización de luces suaves, casi imperceptibles, cuando se trata de espacios cerrados. En ambientes externos, se trata de aprovechar la luz natural.
- *Color*: la producción del videoclip es a color. La paleta de colores que se utiliza está entre los amarillos, anaranjados y cafés, lo que provoca un ambiente cálido.
- *Movimientos de cámara*: no se evidencian movimientos de cámara significativos. Se le da mayor importancia al movimiento corporal.

#### 4.1.17.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La canción es instrumental, es decir que no hay una letra sobre un tema particular. Sin embargo, el video trata sobre la acción de seducir a una chica. En ese marco, la canción acompaña a la acción.

#### 4.1.17.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales que se observan son aquellos que hacen referencia a los datos de la canción, la agrupación musical y la casa productora.

#### 4.1.17.4.2.6. Punto de vista

Este relato audiovisual tiene un punto de vista de estilo focalización cero, es decir, ninguno de los personajes de la narración es propietario del punto de vista. Se trata de un narrador omnisciente que sabe más que los personajes. La canción, que es instrumental, no se relaciona con ningún punto de vista.

#### 4.1.17.5. Análisis de la representación

##### 4.1.17.5.1. Niveles de representación

El video inicia con el diálogo entre madre e hija, que trabajan dentro de un taller de textiles. Ambas pertenecen a la cultura *kichwa* de Otavalo, como evidencia su vestimenta tradicional. La hija recoge lana de oveja para ir a lavarla en un pequeño río. Esta actividad la liga con el pasado y la tradición cultural.

En el camino, la muchacha se percató de que un chico la viene siguiendo. Ella no muestra ningún tipo de sentimiento negativo, simula no haberlo visto y permite que el muchacho siga su trayectoria. El muchacho que la persigue viste de blanco y lleva un sombrero marrón. Se trata de un traje típico de la cultura *kichwa* de Otavalo, pero no es de uso frecuente entre los más jóvenes, es una vestimenta utilizada únicamente para ocasiones especiales.

La muchacha llega al río y empieza a lavar las lanas que pronto serán hilos para los tejidos. Mientras ella se dispone a realizar la actividad, el muchacho, al otro lado del río, comienza a lanzarle pequeñas pepas de eucalipto para confundirla, en un primer momento, y luego llamar su atención. Se trata de un signo de interés.

Al parecer, el muchacho logra ser su amigo. Eso no se muestra en el video, pero posteriormente salen juntos a escena ejecutando una danza. La danza sirve como metáfora para entender el interés sentimental del chico hacia la chica. Ambos, a través del movimiento corporal, se están conociendo para una posible relación amorosa.

En la *performance*, se observa que el muchacho trata de quitarle a la chica una prenda de vestir de nombre *fachalina*. En un primer momento la chica no se lo permite, mostrando resistencia al amor que ofrece el muchacho. Sin embargo, siguen bailando, lo que simboliza que continúan conociéndose. Finalmente, el muchacho logra tomar la prenda de vestir (*fachalina*) de la chica. Simbólicamente, eso significa una aceptación en el plano amoroso.

Mientras la historia sucede, se intercalan imágenes de la ejecución de instrumentos musicales por parte de la agrupación. Todos los integrantes están vestidos con traje típico formal y se observan instrumentos como bajo eléctrico, guitarras acústicas y violines.

#### 4.1.17.5.2. Espacios

Los personajes realizan sus acciones dentro de un taller de tejidos y luego en locaciones naturales: un bosque húmedo y campo abierto en los Andes ecuatorianos. La selección de bosques húmedos y campo natural abierto sirve para mostrar que la cultura indígena tiene una conexión profunda con la Pachamama.

El grupo musical nunca cambia de lugar. La ejecución de instrumentos musicales ocurre dentro del taller de tejidos, donde se identifican telares de madera e hilos de diferentes colores.

Con lo mencionado, se considera que el relato tiene espacios estáticos fijos y espacios planos.

#### 4.1.17.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación es un pasado no muy cercano. El orden del tiempo del relato es lineal, ya que hay un inicio y un final, sin ningún tipo de inconvenientes. El tiempo de duración es normal. Los momentos que se registran con mayor frecuencia son la persecución del muchacho y la ejecución de la danza.

#### 4.1.17.6. Resumen conclusivo

Lo más llamativo del videoclip es el momento en el que danzan los jóvenes. En aquella actividad existe una pequeña narrativa que hace referencia a los juegos de seducción en el mundo andino. En ese marco, aunque al inicio la narrativa resulta débil, con la danza (diálogo entre cuerpos) el relato tiende a tomar mejor forma.

En el baile se observa que hay entendimiento corporal. Asimismo, analizándola de forma narrativa, la danza representa una comunicación de interés amoroso entre los personajes. Es un baile para seducirse. Al final parece que el muchacho consigue su objetivo, aunque eso no quede muy claro.

#### 4.1.18. “Recuerdos” – Charyk

##### 4.1.18.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	Recuerdos
<b>Nombre del artista</b>	Charyk
<b>Localidad</b>	Otavalo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2019
<b>Duración</b>	4:48
<b>Casa productora</b>	<i>Big Melody</i>

**Imagen 24.** *Fotogramas del video musical “Recuerdos” de la agrupación musical Charyk.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.18.2. Descripción General

Charyc es una agrupación musical relativamente nueva de la ciudad de Otavalo, que combina ritmos contemporáneos con música folclórica. El significado de la palabra Charyk en castellano es “tener”. La agrupación juega con esta idea, asociándola a tener talento, tener identidad, tener cultura (*GafaTV Ecuador, YouTube*).

#### 4.1.18.3. Sinopsis

Una pareja de recién casados se enfrenta a un problema de salud. La esposa es detectada como poseedora de una enfermedad terminal. El esposo trata de cuidarla hasta el final de sus días.

#### 4.1.18.4. Análisis narrativo

##### 4.1.18.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.18.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Una mujer muere a causa de una enfermedad. El relato hace referencia a las emociones que surgen cuando los médicos detectan la enfermedad, cuando atraviesa síntomas, en los momentos en que tiene recaídas y a partir de los recuerdos luego de que fallece.

#### 4.1.18.4.1.2. Existentes

##### 4.1.18.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

Los acontecimientos importantes, que determinan la narración, son: detección de la enfermedad, confirmación de la enfermedad y muerte del personaje femenino.

- El primer acontecimiento cuenta con elementos que detallan la detección de la enfermedad, por ejemplo, cuando la esposa escupe sangre en un lavamanos.
- En el segundo acontecimiento, se confirma la enfermedad con un diagnóstico médico (materializado en una hoja en blanco). No queda del todo claro a qué tipo de enfermedad se refiere, solo se interpreta, a raíz del llanto de la pareja, que la muerte es inevitable.
- El tercer acontecimiento, la muerte de la esposa, no aparece muy detallado, solo se muestra la imagen del semblante de la esposa y luego, recuerdos por parte del marido que indican que la mujer falleció.

Respecto a las transformaciones, se ha dicho que hay dos personajes. Ambos, luego de detectar el problema de salud en la esposa, rompen con la cotidianidad y se transforman hacia un empeoramiento (Canet & Prósper, 2009). Luego, con la confirmación de la enfermedad a partir del diagnóstico médico, sufren otro estado de transformación negativa. Finalmente, la esposa muere. El personaje principal sufre una tercera transformación hacia un estado negativo y no muestra signos de mejoría o recuperación al final de la narración.

#### 4.1.18.4.1.2.2. Personajes

Se evidencian dos personajes principales: el esposo y la esposa. A nivel general, ambos personajes son muy superficiales.

A nivel psicológico, el esposo se presenta como una persona melancólica, triste y desesperada por la situación. No se logran identificar otras actividades o intereses de este personaje.

La esposa solo realiza acciones que se relacionan con los síntomas de la enfermedad, aunque no se logra identificar con certeza a qué enfermedad se refiere. Al final, fallece.

Al aplicar el esquema de análisis de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), la figura que representa al sujeto es el hombre y el objeto de deseo es la mejora de su esposa. El deseo movilizador es la salud. No se observa la fuerza de un remitente y tampoco al destinatario. De la misma manera, no se identifica al ayudante. La fuerza opositora es el destino, traducido en enfermedad y muerte.

#### 4.1.18.4.1.2.3. Escenarios

Los ambientes que se identifican solo sirven como un decorado simple de la narración. Los personajes recorren parques, plazas, calles y hospitales. Sin embargo, ninguno de esos ambientes hace alusión directa a algún aspecto simbólico, político o histórico. En ese sentido, todos cumplen una función referencial y de decorado.

#### 4.1.18.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.18.4.2.1. Sustancia

Se trata de un videoclip que tiene dos estructuras interdependientes. Un bloque muestra a los artistas y en el otro segmento, se cuenta una historia. Son interdependientes porque la voz principal de la agrupación musical es, al mismo tiempo, el personaje principal del relato.

##### 4.1.18.4.2.2. Códigos de iconicidad

Respecto a los personajes, se llega a la conclusión de que son jóvenes indígenas porque la chica está vestida con atuendos tradicionales y el hombre lleva el cabello trenzado. En el bloque donde se graba a los artistas, los íconos que remiten a una canción andina son: la vestimenta, los instrumentos musicales y la plaza central de la ciudad de Otavalo. Otro ícono es el idioma en el que se canta.

En lo referente al tema de la composición, hay un trabajo en los personajes, pero se descuida la planificación de los espacios. Por esa razón, los espacios son estáticos, fijos y planos.

##### 4.1.18.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: se trabaja en perspectiva natural fija.
- *Encuadre*: los planos que con más frecuencia se observan son los planos medios y primeros planos. En el relato, los primeros planos son para mostrar las emociones de

los personajes, y los planos medios para mostrar la interacción entre ambos (hombre y mujer). En la parte que registra a los artistas, los primeros planos se utilizan para mostrar a la voz principal, y los planos medios para mostrar al resto de los artistas.

- *Iluminación*: en los espacios donde aparecen los artistas, se utiliza luz natural y artificial. En lo que respecta al relato, la iluminación es natural. Así, hay una diferencia de iluminación evidente entre el relato y los artistas.
- *Color*: en relación al punto anterior, la utilización de iluminación y luz natural cuando se muestra a los artistas, provoca una sensación más cálida; en cambio, en el relato, no se observa un color predominante porque las imágenes están opacas.
- *Movimientos de cámara*: hay acercamientos y alejamientos de cámara, tanto en las escenas en las que aparecen los personajes del relato, como en aquellas que muestran a los artistas.

#### 4.1.18.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La letra de la canción y las imágenes se corresponden a partir de una ampliación (Goodwin, citado en Sedeño, 2007) del tema, que es la ausencia por la muerte del ser amado. No se registran sonidos ajenos a la canción.

#### 4.1.18.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Los códigos textuales que se identifican son aquellos que hacen referencia a la información de la canción y la agrupación musical. Otros códigos textuales, aunque no colocados por la producción, son las indicaciones de <<emergencia>>, que hacen referencia a una casa de salud.

#### 4.1.18.4.2.6. Punto de vista

El punto de vista de esta narración es de estilo focalización interna fija, ya que la historia se cuenta desde la perspectiva, conocimiento y sentimiento del personaje masculino del relato audiovisual. La canción ayuda a reforzar este punto de vista.

#### 4.1.18.5. Análisis de la representación

##### 4.1.18.5.1. Niveles de representación

Hay diferentes indicios (Casetti y Di Chio, 1991) que se pueden identificar para considerar que el video musical pertenece a una agrupación de un pueblo indígena. Como se había indicado, hay dos bloques en la estructura general del video. El primer bloque hace referencia a los artistas: se observa a un conjunto de jóvenes músicos, vestidos con sombreros y la mayoría con cabellos largos. El indicador central que ayuda en la identificación como videoclip andino es la utilización del idioma (*kichwa*) para cantar la primera parte de la canción. Otro elemento definitorio son los lugares y los instrumentos musicales (zampoñas).

El segundo bloque hace referencia a la narración del relato. Allí se identifican indicios en los personajes: el masculino con cabello largo y un sombrero negro; el femenino, vestido con traje típico otavaleño. El tema es la muerte de la mujer.

En escena, aparecen indicios muy básicos para entender el relato. Gran parte de la narración ocurre por fuera de la puesta en cuadro, es decir, hay que imaginar los pormenores de la situación. En el ámbito de la puesta en serie (Casetti y Di Chio, 1991), se observa cierta sucesión de escenas. Si bien se entiende el relato, hay saltos y elipsis donde se podrían colocar otros elementos que den mayor significado al drama que vive la pareja.

#### 4.1.18.5.2. Espacios

Los espacios que se identifican son parques, plazas y calles, aparentemente de la ciudad de Otavalo. Otro de los lugares que se identifica es un hospital, y, finalmente, la casa de la pareja. Todos los espacios enumerados se pueden catalogar como espacios estáticos y planos (Casetti y Di Chio, 1991).

En líneas anteriores, se ha dicho que el relato deja muchos elementos por fuera de escena: esto podría ser aprovechado por *el campo o espacio off* (Fernández Diez y Martínez Abadía, 2016), sin embargo, la poca preparación del espacio no ayuda a una proyección mental.

#### 4.1.18.5.3. Tiempo

El tiempo donde ocurre la historia (tiempo de colocación) es un presente cercano. La detección y la confirmación de la enfermedad ocurre en tiempo presente. Cuando la esposa fallece, el esposo se traslada hacia el pasado recordando el rostro de su esposa y los lugares

que frecuentaban. Se podría afirmar, así, que este video musical también trabaja la recapitulación marcada dentro del tiempo anormal (Casetti y Di Chio, 1991): es aquello que sucede en el momento en que el personaje femenino fallece. En los recuerdos del esposo, la abreviación temporal es muy marcada. No se muestran, por ejemplo, acciones o situaciones que hagan referencia a un funeral, solo se interpreta la muerte a través de los recuerdos del esposo.

#### 4.1.18.6. Resumen conclusivo

En el relato de este video musical se observa un trabajo consciente en la interpretación actoral, sobre todo en el personaje masculino. Sin embargo, se deja al margen el trabajo de los espacios y escenarios. Es decir, aunque se hace alusión a la enfermedad, al hospital, a informes médicos, la representación de aquellos elementos resulta limitada. Asimismo, se observa que el personaje femenino sufre y muere a causa de una enfermedad, pero no se sabe con detalle el nombre de la dolencia. La primera parte de la narrativa es una exposición de la detección y los estragos de la enfermedad, pero se deja a la imaginación del espectador la parte más dramática de la historia, que es la muerte de la señora.

#### 4.1.19. “Shuyashka punlla” - Mana Maymanda

##### 4.1.19.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Shuyashka Punlla</i> (en español: “El día esperado”)
<b>Nombre del artista</b>	Mana Maymanda
<b>Localidad</b>	Otavalo
<b>Año de producción</b>	2017
<b>Duración</b>	6:24
<b>Casa productora</b>	<i>Ayllu Records</i>

**Imagen 25.** Fotogramas del videoclip “Shuyashka Punlla” del Grupo Mana Maymanda.



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

#### 4.1.19.2. Descripción general

Mana Maymanda (la traducción del *kichwa* al castellano sería: “No somos de ningún lugar”) es un grupo musical andino de la ciudad de Otavalo. Esta agrupación musical es un referente de la música andina en las poblaciones indígenas de la región norte del Ecuador.

#### 4.1.19.3. Sinopsis

Una pareja de enamorados toma la decisión de casarse, pero primero ambos deben contar la noticia a sus padres. Al inicio, los padres no están de acuerdo, pero con insistencia y esfuerzo, la pareja logra conseguir su aprobación.

#### 4.1.19.4. Análisis narrativo

##### 4.1.19.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.19.4.1.1. Sustancia: referencia e ideología

Una pareja de novios toma la decisión de casarse, pero esta acción conlleva una serie de obstáculos que tienen que sortear, en los cuales se logran identificar rasgos culturales sobre el matrimonio indígena como: la dote, la idea de causar impresión en una familia fuerte y con recursos, y la ritualidad de ir a pedir la mano de la muchacha.

#### 4.1.19.4.1.2. Existentes

##### 4.1.19.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

La acción principal (núcleo) es la petición de casamiento del muchacho a través de la entrega de una sortija de compromiso. Otras acciones nucleares son:

- *Primero*, cada uno de los enamorados informa a su respectiva familia sobre la propuesta, y ninguna está de acuerdo.
- *Segundo*, el encuentro de ambas familias para formalizar la petición de mano.

Si bien existen dos personajes principales, a partir de la mitad del video musical la narración se concentra en el personaje masculino. A él le suceden acontecimientos que no le permiten llegar a su objetivo. Dichos acontecimientos están acompañados de obstáculos que son materializados en el jefe del telar y la mala fortuna.

Los personajes, a partir de la socialización del deseo de casamiento, entran en un proceso de empeoramiento, ya que sus padres no están de acuerdo y, a partir de allí, comienzan a ocurrir distintos acontecimientos que complican su relación. Sin embargo, hay varios periplos (materializados en la figura masculina), y hacia el final hay un clímax donde los personajes se transforman hacia un proceso de mejoramiento.

Al aplicar el esquema actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009) para analizar el relato, se describe al joven enamorado como el sujeto movilizador de las acciones, su objeto de deseo es la muchacha indígena y el deseo que moviliza al sujeto es el casamiento. No se observan remitentes. Los destinatarios son el chico, la chica y ambas familias involucradas. No se identifican ayudantes. La fuerza opositora es el destino, que se materializa en falta de oportunidades laborales.

#### 4.1.19.4.1.2.2. Personajes

Existen dos personajes principales y varios actores complementarios (padres).

El personaje masculino es un chico que recién ha superado los 20 años. A nivel psicológico, se observa que es un hombre cariñoso con las mujeres, trabajador, soñador y despistado. Tiene valores como la responsabilidad y tenacidad, pero cuenta con mala fortuna.

El personaje femenino es una chica tradicional que apenas ha superado los 20 años. Según los comportamientos que deja observar, es dulce y comprensiva.

A los personajes complementarios se los podría ubicar en la categoría “familia”. Poseen características similares entre sí, que hacen referencia a la tradición cultural indígena. Son personajes que realizan actividades relacionadas al campo.

#### 4.1.19.4.1.2.3. Escenarios

Los escenarios son diversos y, sin embargo, forman un decorado pobre. La atención está centrada en los personajes y no en los escenarios. En ese sentido, las funciones que cumplen son decorativas y descriptivas.

#### 4.1.19.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.19.4.2.1. Sustancia

La estructura del videoclip musical se concentra en el relato, pero existe un pequeño bloque dedicado a una coreografía indígena. En ese sentido, se podría denominar como un videoclip de estilo narrativo, performativo y descriptivo.

##### 4.1.19.4.2.2. Códigos de iconicidad

Se presenta a dos jóvenes indígenas entre 20 a 25 años. La joven mujer indígena es la más llamativa por su vestimenta tradicional, mientras que el hombre es identificado por su cabello largo. La misma lógica se observa en los padres de ambos: las madres, a través de su vestimenta, permiten una identificación inmediata con la cultura andina indígena.

Luego, están los diferentes objetos y actividades que se relacionan con el mundo andino como telares, agricultura y lavandería de hilos. Se identifican, también, algunos comportamientos propios del mundo indígena al momento de las celebraciones. Para el matrimonio, por ejemplo, los procedimientos casi siempre son: contar la noticia a los mayores (padres), mostrar los productos y animales para el festejo (en este caso todavía no están listos), y la petición de mano formal donde los familiares llevan comida y bebidas (la dote).

La coreografía que está intercalada en el relato muestra a seis muchachos indígenas (tres hombres y tres mujeres), con trajes típicos, que reflejan una celebración. Se trata de una danza con mucho movimiento y energía.

#### 4.1.19.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: en lo referente al relato, la perspectiva más utilizada es la natural fija. Sin embargo, hay imágenes con una perspectiva más amplia cuando se registra la coreografía: son tomas hechas desde el aire con un dron.
- *Encuadre*: la mayoría de planos que se utilizan en este videoclip son planos medios y planos generales. Los planos medios son utilizados para mostrar las emociones de los personajes, mientras que el plano general cumple la función de mostrar a los personajes en relación a su ambiente natural o cultural.
- *Iluminación*: las escenas se han grabado durante el día y la noche. En el día se observa la utilización de una luz suave, mientras que en la noche hay una luz artificial dura, que provoca sombras (aquello no parece ser el objetivo que buscaba el productor).
- *Color*: a lo largo del relato se observan diferentes colores, y eso no parece intencional. Por momentos hay contrastes fuertes y en otros casos, las imágenes tienen una coloración desaturada.
- *Movimientos de cámara*: en la parte que registra la coreografía, existe un movimiento de cámara desde el aire a través de un dron.

#### 4.1.19.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La particularidad de esta agrupación musical es que la estructura de su canción está acompañada por relatos internos. Es decir, hay un segmento cantado, como en cualquier canción, pero se deja espacio para algunas conversaciones intercaladas que hacen alusión al tema que se canta. Se trata de una ampliación del tema dentro de la misma canción. En ese sentido, la relación que existe entre canción e imagen es de ilustración y amplificación.

#### 4.1.19.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

Se observan códigos verbales, aunque no colocados por el productor, como: <<Joyería Brito>>, <<USD 500 de oferta>>, <<Se necesita tejedor (joven)>>. Al final, se ubican los créditos.

#### 4.1.19.4.2.6. Punto de vista

Este videoclip posee un punto de vista de tipo focalización interna fija: el relato se presenta a través del foco de uno de los personajes principales (el chico). La letra de la canción ayuda a reforzar ese punto de vista.

#### 4.1.19.5. Análisis de la representación

##### 4.1.19.5.1. Niveles de la representación

El video musical representa uno de los momentos más importantes dentro de la vida del colectivo indígena, que es el matrimonio católico. Sin embargo, se observan

particularidades de la propia comunidad indígena. Luego de la petición del enamorado hacia su chica, la decisión tiene que pasar a los padres de los muchachos, quienes casi nunca están de acuerdo con la decisión de los enamorados, porque el matrimonio significa una relación social a nivel colectivo, y cumplir con esa nueva relación implica que cada familia debe estar preparada para la situación.

Las familias argumentan que no es el mejor momento para casarse y se basan en la escasez. La madre del enamorado le enseña que incluso los animales y los alimentos todavía están creciendo. En el acto del matrimonio, ambas familias deben mostrar que son poseedores de recursos. En este video, por lo poco que se puede observar, se evidencia que la familia de la muchacha tiene mayores recursos que la familia del chico. Esta condición genera, en la familia del novio, serias inquietudes y preocupaciones.

Al final del video, se observa que hay una decisión favorable de los padres respecto a la boda. Ese día especial, el de la petición de mano formal, la familia del novio entra con una dote de alimentos y bebidas (que en el contexto ecuatoriano andino lleva el nombre de “mediano”) para la familia de la novia. Sin embargo, no se lo quedan, sino que en ese mismo momento es compartido entre todos los asistentes a la reunión. Esto último evidencia el carácter colectivo de la reunión y la fiesta.

#### 4.1.19.5.2. Espacios

Los espacios que se presentan no contribuyen en mayor medida a la comprensión del video. Son espacios referenciales, en los que hay poco trabajo. Sin embargo, hay algunas tomas aéreas que hacen referencia a una comunidad indígena rural: el espacio donde está ubicada la iglesia católica, los hogares de los enamorados, el taller de telar, espacios naturales abiertos, etc.

Con todo lo mencionado, según las categorías de análisis utilizadas, en este video se encuentran espacios estáticos fijos y espacios fragmentados.

#### 4.1.19.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación es un pasado no muy lejano. El orden del tiempo en el relato es una combinación de un tiempo lineal con uno anacrónico. Lineal porque la narración tiene un inicio y un final; y anacrónico porque hay escenas que no tienen relación con esa linealidad (como la fantasía de ir a la cama con su novia). La duración del tiempo dentro de la historia es una combinación de tiempo normal y anormal, ya que hay ciertas escenas donde las imágenes son más lentas (dilatación). Con respecto a la frecuencia, hay un estilo repetitivo en ciertas escenas como las que muestran el trabajo duro, la compra del anillo de compromiso y los deseos de ir a la cama con la chica.

#### 4.1.19.6. Resumen conclusivo

Este video es completamente narrativo. Los componentes más fuertes son los actores y la representación de los comportamientos en este tipo de eventos (pedido de mano formal). Se evidencia un trabajo actoral en los dos personajes principales del relato. Sin embargo, no se tiene muy en cuenta la planificación de los espacios y la iluminación. La tensión dramática va en ascenso.

Además, en este video se observan muchos códigos icónicos de la cultura andina, en relación a sus costumbres y ritualidades.

#### 4.1.20. “Kimsa warmiyu” / Generación Runa Kay

##### 4.1.20.1. Datos informativos

<b>Nombre Canción</b>	<i>Kimsa Warmigu</i>
<b>Nombre del artista</b>	Generación Runa Kay
<b>Localidad</b>	Otavallo, Ecuador
<b>Año de producción</b>	2016
<b>Duración</b>	4:47
<b>Casa productora</b>	APAK Otavallo

**Imagen 26.** *Fotograma del videoclip “Kimsa Warmigu” de la banda musical Generación Runa Kay.*



*Nota:* elaboración propia con imágenes de *YouTube*.

##### 4.1.20.2. Descripción general

La Generación Runa Kay es una agrupación de música andina de la comunidad de Quinchuqui, en la provincia de Imbabura. Pertenece al pueblo de Otavalo. El objetivo de esta banda de música es fortalecer la música andina y poner en alto el nombre de la comunidad Quinchuqui (*YouTube* / Información).

#### 4.1.20.3. Sinopsis

Un joven indígena tiene tres mujeres y está atormentado por esa situación. No sabe cómo terminar con las relaciones establecidas, por lo que no hace nada para cambiarlo. Sin embargo, su amigo, luego de enterarse de sus aventuras, pone en aviso a las tres mujeres. Finalmente, el muchacho es increpado por su esposa y una de sus amantes.

#### 4.1.20.4. Análisis narrativo

##### 4.1.20.4.1. Historia y contenido

##### 4.1.20.4.1.1. Sustancia: referencia y contenido

Un joven músico tiene una relación amorosa con tres muchachas. Con este relato, se hace referencia al estereotipo que indica que los artistas son mujeriegos. Además, se identifica una lección moral: tarde o temprano se descubren las mentiras y no se puede confiar ni en los mejores amigos.

##### 4.1.20.4.1.2. Existentes

##### 4.1.20.4.1.2.1. Acciones y acontecimientos

El videoclip inicia con una conversación entre el protagonista y su amigo sobre la difícil situación en que se ha convertido el hecho de mantener relaciones amorosas con tres mujeres. Su amigo lo escucha, pero le aconseja que siga disfrutando de la situación hasta que sea posible.

De inmediato, las acciones del personaje se concentran en las relaciones que lleva con las tres chicas. Con la esposa (primera mujer) desayuna en casa; luego aparece con la segunda mujer, le obsequia una flor y deciden explorar la montaña; con la tercera mujer vive un romance prohibido, porque ella también está casada.

La acción que cambia la situación es realizada por su amigo, aunque esta acción no se muestra, solo se interpreta analizando los gestos en su rostro: luego de escuchar el relato, decide poner en aviso a las mujeres involucradas. No se identifica con la claridad cuál es móvil de la acción, y surgen algunas preguntas: ¿el amigo coloca en aviso a las diferentes chicas con el ánimo de que el muchacho mujeriego enderece su camino? ¿o lo hace por envidia?

Los últimos acontecimientos se refieren a la búsqueda de las mujeres por parte del protagonista, ya que se evidencia un alejamiento. Al no encontrar a las dos primeras, decide regresar a su casa, donde su esposa y una de sus amante lo están esperando para pedir explicaciones.

Retomando, los acontecimientos principales que suceden en el videoclip son:

- El muchacho le cuenta su amigo, en secreto, que sale con tres mujeres.
- El muchacho sigue en las andanzas a pesar de su angustia.
- El amigo del muchacho pone en sobre aviso a las mujeres involucradas.
- Las mujeres se alejan del protagonista.

- El muchacho es confrontado por su esposa y una de sus amantes en su propio hogar.

La transformación de todos los personajes se dirige hacia el desmejoramiento.

#### 4.1.20.4.1.2.2. Personajes

En el video musical se identifican seis personajes. Uno principal (el hombre), tres secundarios (las tres amantes) y dos complementarios (el esposo de una de las chicas y el amigo).

El personaje principal es el único que cuenta con un trabajo elaborado. Así, a nivel de comportamiento, se trata de un muchacho sensible, cariñoso y divertido. Este personaje cumple el rol de personaje activo, influenciador y modificador (Casetti & Di Chio, 1998).

Los personajes femeninos no poseen mayor trabajo, solo cumplen roles pasivos y planos. Sin embargo, se pueden observar algunas características muy generales:

- Personaje femenino 1 (esposa del personaje principal): es una muchacha joven que se dedica a las actividades del hogar y a atender a su marido, que es músico.
- Personaje femenino 2: una muchacha joven que lava ropa en un riachuelo.
- Personaje femenino 3: una joven mujer comerciante de carnes con un local en el mercado. Es casada.

Al aplicar el modelo actancial de A. J. Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se analiza que el rol de sujeto recae sobre la figura del músico mujeriego, las mujeres son el

objeto de deseo y su amigo, en un primer momento, cumple el rol de ayudante, pero al final se convierte en antagonista. No se identifica un remitente ni un destinatario.

#### 4.1.20.4.1.2.3. Escenarios

Se identifican como escenarios: una casa (hogar del personaje), un ambiente natural y un mercado. Los tres espacios mencionados, según Casetti & Di Chio (1991), son decorados equilibrados, que cumplen una función estética – decorativa o referencial (Canet & Prósper, 2009).

#### 4.1.20.4.2. Discurso y expresión: análisis de la imagen audiovisual

##### 4.1.20.4.2.1. Sustancia

Este videoclip contiene un bloque descriptivo y uno narrativo que son interdependientes. Es decir, el artista es el protagonista dentro de la narración. Tiene mayor peso el bloque narrativo.

##### 4.1.20.4.2.2. Códigos de iconicidad

Los personajes del video musical son jóvenes de entre 18 a 25 años. Los principales códigos icónicos son el idioma *kichwa*, la vestimenta de las mujeres, el cabello de los hombres y los lugares andinos.

##### 4.1.20.4.2.3. Códigos de composición fotográfica

- *Perspectiva*: se utiliza en la mayor parte del video una perspectiva natural fija.
  
- *Encuadre*: se utilizan primeros planos y planos medios. Los primeros planos muestran los diferentes estados de ánimo que se reflejan en rostro del joven mujeriego. Asimismo, muestran los deseos que tienen las chicas sobre dicho personaje. Los planos medios son para mostrar los diálogos. No se encuentran planos generales.
  
- *Iluminación*: se observa la utilización de la luz natural, acompañada por luces artificiales suaves. Algunas imágenes están oscuras.
  
- *Color*: el video musical es a color. En varios pasajes se observa que el color se desatura. En cambio, cuando se hace referencia a los pensamientos y recuerdos del personaje con las chicas, las imágenes tienen colores intensos y saturados.
  
- *Movimientos de cámara*: hay acercamientos y alejamientos de cámara. Cuando el muchacho realiza la búsqueda de una de las chicas, se identifica una cámara subjetiva.

#### 4.1.20.4.2.4. Código sonoro (sonidos y música)

La canción y el video se complementan, es decir, el audiovisual es una ilustración del tema que se toca en la canción. En líneas generales, la canción habla de lo complicado que es tener varias mujeres y en el video se muestra el mismo conflicto. En ese sentido, hay una relación de amplificación entre audio y video.

#### 4.1.20.4.2.5. Texto verbal (oral y escrito)

El video musical inicia con un diálogo en *kichwa* entre dos amigos. La conversación gira sobre el problema que implica tener tres mujeres. En lo que respecta al texto escrito, se observan datos de la canción, la agrupación y la casa productora del video musical.

#### 4.1.20.4.2.6. Punto de vista

El punto de vista sobre el relato que existe dentro de este video musical es de focalización interna. Será el personaje principal (el hombre mujeriego) quien, a través de su mirada, conocimiento y sentimientos, guiará la historia. La letra de la canción ayuda a la consolidación del punto de vista masculino.

Además, si se apela a la tipología de narrador de Gullón (citado en Pereira, 2008), se identifica un narrador didáctico, es decir, aquel que, a partir de las situaciones que sufre el personaje y su desenlace, trata de introducir una enseñanza.

#### 4.1.20.5. Análisis de la representación

##### 4.1.20.5.1. Niveles de la representación

A nivel de puesta en escena, se observan principalmente jóvenes indígenas. Las mujeres están vestidas con trajes típicos y los hombres utilizan vestimenta occidental. Se evidencia así una primera diferencia: la mujer indígena más apegada a las tradiciones, y el hombre con algún grado de libertad.

Otro de los elementos que los identifica como sujetos de la etnia indígena es el diálogo entre los amigos en idioma *kichwa*.

Respecto al personaje, a nivel de modalidad, se maneja el estereotipo del artista que tiene diversos amores, pero con la diferencia de que, al final, el sujeto paga las consecuencias de sus actos.

El video musical no representa momentos festivos o rituales de la cultura indígena, sino que es una parodia de lo que ocurre en la vida cotidiana.

##### 4.1.20.5.2. Espacios

Un escenario emblemático es la Plaza de Ponchos de Otavalo. En ese espacio ocurre el diálogo. Se puede observar que, detrás de los amigos que dialogan, hay diversos tejidos. La Plaza de Ponchos es un lugar de identidad, interacción, encuentro y negocios.

Otro espacio importante para el videoclip es el ambiente natural donde los músicos ejecutan sus instrumentos: se trata de la montaña de Imbabura. Los demás espacios identificados cumplen una función de relleno.

Según las categorías que se vienen utilizando, se observan espacios estáticos fijos y espacios planos.

#### 4.1.20.5.3. Tiempo

El tiempo de colocación es un pasado no muy lejano, esto se aplica tanto para el relato como para el momento de exhibición de los artistas. El orden del tiempo es de estilo lineal, es decir, las acciones tienen un inicio y un final, sin ninguna sorpresa. La duración del tiempo dentro del relato es normal. Los momentos con más frecuencia en el video son aquellos que hacen referencia a los amoríos del artista con las diferentes mujeres.

#### 4.1.20.6. Resumen conclusivo

Se trata de un video musical de tipo humorístico. Su mayor peso radica en el relato, aunque el trabajo de la interpretación actoral es fuerte en el personaje principal. Las tres mujeres que aparecen en pantalla, en cambio, no muestran características particulares que complejicen a los personajes. Además, tampoco existe un trabajo más profundo de interpretación actoral respecto a las emociones, que podría enriquecer al videoclip.

En el caso de los espacios, algunos están correctamente trabajados y cumplen la función de estéticos – descriptivos. Respecto a la tensión dramática, aunque va en ascenso, no se identifica cuál es punto que provoca el giro de las situaciones: el relato muestra que las mujeres ya estaban enteradas de las andanzas de este músico mujeriego.

## 4.2. RESÚMENES CONCLUSIVOS

**Tabla 25.** *Resúmenes conclusivos de los videos musicales analizados.*

N.	Canción y Artista	Resumen conclusivo
1	<b>“Jahua Ñan” / Mana Maymanda</b>	Se trata de un videoclip que se concentra en la narración del relato audiovisual. Lo llamativo de esta pieza audiovisual es que enfoca el relato en el ámbito del humor y la parodia. Además, se observa cómo las nuevas generaciones de indígenas respetan las tradiciones, pero al mismo tiempo están integradas al mundo moderno. En el terreno de lo narrativo, se observa que hay un trabajo en casi todos los componentes del relato; sin embargo, hay descuidos en la parte de interpretación actuarial, planificación de escenarios y edición.
2	<b>“Kridayashka” / Ñucanchi Ñan</b>	Se trata de un videoclip que posee un bloque narrativo y otro descriptivo, que corresponde a los artistas. En lo narrativo, el relato cumple con la función de integrar todos los elementos. Sin embargo, el abordaje del tema está asociado a valores que la sociedad considera incorrectos y todo ese peso recae en la protagonista femenina.  El personaje que busca su autonomía es maltratado por la sociedad y, como consecuencia de eso, su transformación va hacia el desmejoramiento. No obstante, hay que advertir que la historia queda abierta, por lo que la condición de deterioro podría cambiar a futuro.
3	<b>“Olvidarte” / Grupo Achik</b>	Este video musical está compuesto por dos secciones, una donde aparece la banda musical en escena y la otra que hace referencia a la narración. La primera sección no ofrece muchos elementos de análisis, los artistas aparecen en pantalla con trajes e instrumentos andinos.  En lo que refiere a la narración, se puede observar que se trabajan poco los personajes, es decir, ambos protagonistas son superficiales (quizás solo el personaje femenino tiene algunos rasgos para su interpretación, pero el personaje masculino carece de características por fuera de lo físico). En lo referente a la acción dramática, el clímax no se logra cumplir porque, hacia el final, hay una decisión crucial del personaje masculino que no está justificada, y aquello deja una sensación de vacío e incertidumbre. Es decir, esa incertidumbre no se dosificó lo

		suficiente y no se llega a entender o intuir los motivos de la decisión del personaje masculino.
4	<b>“Nos vemos en la próxima vida” / Charijayac</b>	Este videoclip es completamente narrativo a pesar de que los mismos artistas se convierten en actores dentro del relato. En términos de relato, la narrativa es orgánica, es decir, los diferentes elementos se agrupan de forma fuerte. La acción dramática es ascendente hasta culminar en el clímax, cuando el personaje finalmente encuentra las respuestas a su pregunta. Esta historia entra en el esquema de análisis de la figura del héroe de Campbell (citado en Chamorro, 2016-2017) y Vogler (1998).
5	<b>“Unan las manos” / Los Nin</b>	Este videoclip narra la historia de un personaje indígena en la ciudad. Si bien es cierto que utiliza una imagen estereotipada de un indígena que realiza labores de limpieza, con actitudes sumisas y comportamientos tímidos, a lo largo de la historia se reivindica su rebeldía, su lucha y el valor de unión en comunidad que recorre sus venas.  El video es completamente narrativo (aunque al final se hagan presentes los miembros de la banda, su colocación no es preponderante). Así, la narración es orgánica: hay una relación fuerte entre los personajes, los ambientes y las acciones. La acción dramática es ascendente y se identifica claramente el clímax. Esta historia encaja en el esquema de análisis del viaje del héroe de Campbell (citado en Chamorro, 2016-2017) y Vogler (1998).
6	<b>“Rina Cani” / Winiaypa</b>	Este videoclip es de estilo más representacional, la narración que ocurre es débil y superficial, ya que no se alcanza a descifrar las características psicológicas de los personajes, sus motivaciones y sus conflictos, solo se vislumbra el dolor por la partida de un ser querido. Los personajes tienden a ser monótonos y las acciones reiterativas sobre un mismo tema. La acción dramática va en descenso, el punto más álgido es la noticia de partida (al inicio), luego las imágenes muestran las emociones de los protagonistas, pero no se identifica un clímax concreto al final. Solo hay una transformación del personaje principal hacia el deterioro, y finalmente, una actitud de resignación.  En el componente de la representación se observa que los ambientes hacen referencia a un lugar rural de la ciudad de

		Otavalo, pero eso no influye o no dota de ningún significado especial al video musical: el decorado es descriptivo.
7	<b>“Shungu Chakishka” / Ñucanchi Ñan</b>	<p>Respecto a la calidad de imagen, es nítida y se observan algunas imágenes abstractas. En el plano de la representación, se observan elementos que llaman la atención para el análisis, por ejemplo, la ritualidad del festejo de cumpleaños de esta generación de indígenas. En este videoclip también se hace referencia a los valores morales de la sociedad, que condena a las personas que prefieren el dinero fácil. Hay una tentativa a moralizar aquellos valores negativos de la comunidad indígena, y aquel proceso se observa en la figura del personaje femenino.</p> <p>Respecto a la narrativa, se observa debilidad: los personajes no son trabajados en profundidad (ni siquiera el principal), son bastante planos y superficiales. Además, no existe una planificación sobre los espacios, éstos tienen una función de decorado. La trama tiene un ritmo ascendente y culmina con un clímax que se puede identificar fácilmente.</p>
8	<b>“Flor de mi corazón” / Amauta</b>	<p>En este video musical, a nivel de la representación, se observan los códigos sociales y comunitarios a los que se ven adscritos los jóvenes indígenas. En ese sentido, la decisión de casamiento no solo pasa por ellos, sino que está sujeta a la consideración de los familiares. En ese marco, lo más rescatable de este video es cuando se exhibe cómo son las formas de pedir la mano de una chica en matrimonio, aunque los detalles de esta ceremonia simbólica se muestran de manera muy superficial.</p> <p>En lo narrativo se observa una estructura fuerte, aquella que hace referencia a la petición de mano. Sin embargo, el doble <i>flashback</i> que se utiliza para exponer el momento donde se conocieron y consolidaron su relación resulta monótono. La tensión dramática va en ascenso y el clímax se evidencia cuando la familia acepta la petición de mano.</p>
9	<b>“Kusayu” / Rimay</b>	Lo rescatable de este videoclip musical es el abordaje sobre el maltrato hacia la mujer por parte de su marido. En cierta medida, se justifica el accionar de la mujer por la violencia que sufre. Es importante tener en cuenta que, dentro de la sociedad indígena (con fuerte influencia católica), el matrimonio significa un lazo social del que uno no se puede desprender. Si una mujer decide separarse, es juzgada y condenada por la

		<p>comunidad. En ese sentido, este relato audiovisual pone a consideración, de forma parcial, el debate sobre el machismo.</p> <p>En el ámbito de la narrativa, el personaje que mayores detalles posee es la mujer: ella provoca las acciones y experimenta transformaciones. La tensión dramática va en ascenso y el clímax se identifica cuando ella decide marcharse.</p>
10	<b>“Rirkanki” / Rimay</b>	<p>Este video es la continuación del video musical anterior. Si en el resumen correspondiente se decía que “Kusayu” llevaba consigo una aparente denuncia sobre la violencia familiar de género, en este video se tratan de justificar los comportamientos agresivos del esposo. Además, el relato también muestra la situación de la mujer que partió con otro hombre y la ubica como alguien que cometió un error (es decir, existe una condena por sus acciones). El hombre se recupera y tiene el amor de sus hijos, mientras que la mujer fallece en manos de su amante (ladrón). En síntesis: el hombre agresor se redime, a la mujer se la condena.</p>
11	<b>“Orgulloso encanto” / Amarak</b>	<p>La narración es bastante débil. Si bien es cierto que, a grandes rasgos, se evidencia un inicio, un desarrollo y un final, se percibe que no hay un primer punto de quiebre evidente para proseguir con el desarrollo. Es decir, no se puede determinar claramente el conflicto.</p> <p>El desarrollo del relato está acompañado de situaciones que confirman que la expareja del protagonista ya está en pareja con otro chico, y el clímax se alcanza cuando el muchacho (en una nueva cita) rechaza la llamada de su exnovia. A partir de todo lo explicado, se concluye en que la historia es superficial y plana; además, hay muy poco trabajo respecto a espacios e iluminación.</p> <p>La tensión dramática tiene un ritmo ascendente y se identifica un clímax, aunque el camino para llegar a ese punto es muy fragmentado y superficial.</p>
12	<b>“Hilandera” / Los Ñucanchis</b>	<p>La narrativa es débil. El video se concentra en dos personajes: hombre y mujer. La interpretación actoral del hombre es ligeramente más alta que la de la mujer. En el hombre, se observan emociones asociadas a la desesperación y el fastidio; mientras que la chica siempre posee la misma actitud emocional. Se observa un inicio, un desarrollo y un fin; sin</p>

		<p>embargo, el clímax del relato no resulta tan fuerte, y la separación de la pareja tampoco provoca un impacto.</p> <p>En términos de fotografía, la calidad de la imagen es nítida y de alta resolución.</p>
13	<b>“Te buscaré” / Grupo Amaru</b>	<p>La narrativa es débil y superficial. Sin embargo, hay un trabajo profundo en la interpretación actoral de los personajes, se observan diferentes estados emocionales en los dos actores principales del relato. Por otro lado, hay poco trabajo en la decoración e iluminación de espacios, lo que genera una baja calidad en la composición de la imagen.</p> <p>La estructura del relato es descendente, es decir, la escena inicial de la entrega de la carta, con la petición de que no sea abierta en ese momento, es la que se podría catalogar como clímax. Luego de eso, las diferentes escenas posteriores justifican o explican las acciones que ocurren en el clímax. Por esa razón, se puede decir que la tensión dramática va en descenso.</p>
14	<b>“Mandarina” / Yariway Bruselas</b>	<p>La narrativa de este video musical es débil. No existe una trama adecuada. La estructura tiene un inicio y un aparente desarrollo, pero no se observa ningún clímax en el final. Además, los espacios donde se realizan las acciones carecen de planificación. A nivel técnico, también se observan falencias en la fotografía y en su composición.</p> <p>A nivel de representación, se muestra un personaje masculino como víctima de su esposa. Sin embargo, solo se trata de una presión social desde la perspectiva masculina, a partir de la idea de que los hombres no deben cuidar a los niños o limpiar el hogar.</p>
15	<b>“Amarumi” / La Mafiandina</b>	<p>Respecto a lo técnico, el video musical está bien elaborado, hay una planificación previa a través de la utilización de guiones técnicos y fotográficos. En el ámbito de la representación, hay diversos elementos que hacen relación a la cultura andina, como el agua, las plantas, la tierra y la vestimenta tradicional. Cada uno de los elementos tiene un significado, por lo que el video resulta muy rico para la interpretación.</p>
16	<b>“Tigramurkani” / Azamakuna</b>	<p>La narración es débil y reiterativa. Aunque se entiende con exactitud la intensidad del romance entre la pareja dos años</p>

		<p>atrás, queda en el aire el motivo de la partida o alejamiento del muchacho. Además, llegando al final del relato, el muchacho entrega una carta donde dice &lt;&lt;Te esperaré&gt;&gt;, lo que pareciera indicar que la persona que se ausenta es la muchacha.</p> <p>El cruce de miradas es la acción que da inicio a este relato, pero no se observa ninguna tensión dramática, ni al inicio ni al final.</p>
17	<b>“Sisagu” / Tuldupay</b>	<p>Lo más llamativo del videoclip es el momento en el que danzan los jóvenes. En aquella actividad existe una pequeña narrativa que hace referencia a los juegos de seducción en el mundo andino. En ese marco, aunque al inicio la narrativa resulta débil, con la danza (diálogo entre cuerpos) el relato tiende a tomar mejor forma.</p> <p>En la danza se observa que hay entendimiento corporal. Asimismo, analizándola de forma narrativa, la danza representa una comunicación de interés amoroso entre los personajes. Es un baile para seducirse. Al final parece que el muchacho consigue su objetivo, aunque eso no quede muy claro.</p>
18	<b>“Recuerdos” / Charyk</b>	<p>En el relato de este video musical se observa un trabajo consciente en la interpretación actoral, sobre todo en el personaje masculino. Sin embargo, se deja al margen el trabajo de los espacios y escenarios. Es decir, aunque se hace alusión a la enfermedad, al hospital, a informes médicos, la representación de aquellos elementos resulta limitada. Asimismo, se observa que el personaje femenino sufre y muere a causa de una enfermedad, pero no se sabe con detalle el nombre de la dolencia. La primera parte de la narrativa es una exposición de la detección y los estragos de la enfermedad, pero se deja a la imaginación del espectador la parte más dramática de la historia, que es la muerte de la señora.</p>
19	<b>“Shuyashka Punlla” / Mana Maymanda</b>	<p>Este video es completamente narrativo. Los componentes más fuertes son los actores y la representación de los comportamientos en este tipo de eventos (pedido de mano formal). Se evidencia un trabajo actoral en los dos personajes principales del relato. Sin embargo, no se tiene muy en cuenta la planificación de los espacios y la iluminación. La tensión dramática va en ascenso.</p>

		Además, en este video se observan muchos códigos icónicos de la cultura andina, en relación a sus costumbres y ritualidades.
20	<b>“Kimsa Warmi” / Generación Runa Kay</b>	<p>Se trata de un video musical de tipo humorístico. Su mayor peso radica en el relato, aunque el trabajo de la interpretación actoral es fuerte en el personaje principal. Las tres mujeres que aparecen en pantalla, en cambio, no muestran características particulares que complejicen a los personajes. Además, tampoco existe un trabajo más profundo de interpretación actoral respecto a las emociones, que podría enriquecer al videoclip.</p> <p>En el caso de los espacios, algunos están correctamente trabajados y cumplen la función de estéticos – descriptivos. Respecto a la tensión dramática, aunque va en ascenso, no se identifica cuál es punto que provoca el giro de las situaciones: el relato muestra que las mujeres ya estaban enteradas de las andanzas de este músico mujeriego.</p>

*Nota:* elaboración propia.

#### 4.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GLOBAL DEL COMPONENTE NARRATIVO

Una vez realizado el análisis de cada uno de los videos musicales andinos indígenas, en este apartado se buscará llevar a cabo una interpretación general del componente narrativo.

En el marco de la estructura narrativa, hay que indicar que cuatro de los veinte videos musicales se pueden encuadrar en la propuesta del viaje de héroe, planteada por Campbell, Vogler y otros autores. Dicha estructura posee diversos elementos característicos, y aunque no se cumplen en su totalidad dentro del relato de los videoclips, sí se observan determinadas partes, por ejemplo, al inicio: *la llamada a la aventura, el cruce del primer lumbral*; en la iniciación: *el camino de pruebas, la reconciliación con el padre*; y al regreso: *el cruce del umbral de regreso y la posesión de los mundos*. Así, dentro de este tipo de videos musicales,

la atención se coloca en el sujeto – héroe, que tiene sortear diferentes dificultades hasta alcanzar alguna misión, para luego retornar a su lugar de origen con más conocimientos y experiencias.

Hay que puntualizar que este tipo de estructura se evidencia solo en videos musicales narrativos, es decir, aquellos en los que no aparece el artista o la banda de música. Así, al contar con más tiempo para el desarrollo del relato, existe la posibilidad de trabajar más elementos (en estos casos, los relativos a la estructura del viaje del héroe). En algunos de los videoclips narrativos sí aparecen los artistas, pero formando parte de la trama en roles secundarios que no afectan directamente a la historia.

Continuando con el tema de la estructura narrativa, se observa que dieciséis de los veinte videoclips musicales tienen estructuras mixtas y poco definibles. Dentro de este conjunto, se pueden evidenciar diferentes tipos:

- En algunos casos, el relato plantea un problema, pero no alcanza a cerrar el conflicto. La presencia de los artistas en pantalla ocupa más tiempo y no permite el desarrollo de la narración hasta su culminación, por lo que queda la sensación de un relato inconcluso.
- En otros casos, el relato presenta un conflicto, pero su cierre no es coherente. Hay un inicio donde se muestra a los personajes y se evidencia un primer punto de giro, pero a partir de ahí, existe la tendencia a rellenar ese espacio con escenas que no aportan demasiado al sentido del relato. En este tipo de estructuras, el concepto de verosimilitud, o lógica interna, queda en entredicho.

Así, siguiendo con el hilo conductor del párrafo anterior, a partir del primer punto de giro (o segundo acto), no existen acciones que dosifiquen el relato para llegar a un clímax más fuerte. Es decir, en aquel espacio se reiteran acciones de similar naturaleza, pero se llega al final sin ningún tipo de fuerza dramática.

En nueve de veinte videoclips participan los artistas como parte del relato. Esta participación ocurre de dos formas: en algunos casos, los artistas son los personajes principales de la historia; en otros, la participación ocurre de forma indirecta: aparecen como elementos complementarios, pero su presencia o ausencia no modifica el relato. Esto último ocurre, por ejemplo, en los videos musicales “Nos vemos en la próxima vida” y “Unan las manos”, donde los artistas se colocan como figuras que observan y validan, sin decir nada, el accionar de los personajes principales.

En siete de veinte videos musicales se identifica, dentro de la estructura narrativa, un oponente que no se materializa en la figura de un personaje humano. Las dificultades que tiene el héroe son producto de la influencia del destino, que se traduce en enfermedad o mala fortuna que arrebató al ser amado (muerte o alejamiento). Esto hace que el sujeto no alcance su misión y, al final, el oponente-destino es el vencedor. En otras palabras, hay una ruptura de la realidad cotidiana de los personajes, que intentan enfrentarse con el enemigo (destino, suerte o muerte), pero sucumben en el intento. La fuerza opositora es tan grande que los personajes nunca logran recuperarse, quedando en un estado de resignación. Las transformaciones, en este tipo de relatos, son siempre hacia el deterioro. Considerando este punto desde la óptica de la acción como función, se concluye que las funciones más recurrentes son: el alejamiento, el viaje, el retorno y la celebración (Casetti & Di Chio, 1998).

Al estudiar los relatos desde el modelo actancial de Greimas (citado en Canet y Prósper, 2009), se observa que la mayoría de historias se concentran en la figura del sujeto y el objeto de deseo. Hay pocos relatos (“Nos vemos en la próxima vida”, “Unan las manos”

y “*Amarumi*”) donde se identifica la figura del remitente, y lo mismo ocurre con el actante ayudante. El oponente, como se señaló, está representado la mayoría de las veces por fuerzas que se podrían englobar con el nombre de “destino” y se observan materializadas en la muerte, la ausencia, la enfermedad, el viaje, y los traumas internos de los sujetos (desilusiones amorosas, principalmente). A partir de lo explicado, se puede afirmar que los actantes más recurrentes dentro del relato del video musical andino indígena son: el sujeto, el objeto de deseo y el oponente.

Respecto a la interpretación actoral, los personajes que aparecen en el video musical andino son, en su mayoría, planos, lineales y superficiales, según las categorías de Casetti y Di Chio (1998). Únicamente en un conjunto pequeño de videos (“Nos vemos en la próxima vida”, “Unan las manos”, “*Rirkanki*” y “*Amarumi*”) se observan personajes complejos, contradictorios y con una variedad de características que permiten otras interpretaciones. A modo de ejemplo, algunos personajes complejos que se observan combinan sumisión y rebeldía, dolores psicológicos y promesas por cumplir, la caída del héroe y su recuperación. Estos personajes solo hacen aparición en los videoclips de corte netamente narrativo, pues cuentan con más espacio para el desarrollo del relato. En los demás casos (la mayoría de videos analizados), los personajes son predecibles: no van más allá de los estereotipos y de los tópicos comunes asignados por la cultura.

La mayoría de los actores son hombres y mujeres jóvenes. Se evidencia, así, un trabajo profesional en lo artístico musical; entre profesional y semi - profesional en la producción del video; y un nivel *amateur* en la parte actoral.

El 50% de los videos analizados no trabajan los espacios, escenarios o ambientes. Es decir, los espacios en donde ocurren las acciones de los personajes son decorativos y no han sido intervenidos por los productores audiovisuales. En ese sentido, las locaciones más utilizadas dentro de la producción de los videoclips son ambientes naturales (bosques y

vegetación de la serranía ecuatoriana), la plaza Rumiñahui, las calles y sitios aledaños a la ciudad de Otavalo. En la mayoría de videos se recurre a espacios locales que la gente pueda identificar como cotidianos y cercanos; con esto, se busca generar identidad, relacionar la banda con el lugar geográfico y mostrar la cercanía de los sentimientos de los pueblos indígenas. Sin embargo, la reiterada utilización de estos lugares ha provocado monotonía y no existe ninguna novedad o innovación respecto a este elemento narrativo.

Focalizando en los conflictos que trabajan los videos musicales, siete de ellos desarrollan el tema del desamor; cinco tocan el tema de la partida (viajes o muerte); otros cinco hacen referencia a cuestiones sociales, culturales y relativas a la identidad indígena; y tres hablan sobre situaciones divertidas de la cotidianidad. Dicho esto, se puede evidenciar que la mayoría de videos musicales abarca el tópico general y común del desamor, y en el desarrollo de este conflicto no existen alusiones a la identidad cultural del pueblo andino, excepto alguna superficial, cuando se observa, por ejemplo, la vestimenta de los personajes. Solo un grupo pequeño de videos (“Nos vemos en la próxima vida”, “Unan las manos”, “Flor de mi corazón”, “Amarumi” y “Shuyashka Punlla”) hacen referencia a elementos simbólicos de la cultura indígena como rituales de purificación, rituales de casamiento, problemas sociales que viven los indígenas en la ciudad, búsquedas espirituales internas, etc. Como se ha mencionado, este tipo de conflictos son mejor abordados en videos musicales donde hay un desarrollo exclusivo de la narrativa y en aquellos clips descriptivo-narrativos que dan mayor importancia al relato y no tanta a la agrupación musical.

Hay diez de veinte videoclips que son cantados en idioma *kichwa*, seis están interpretados en español y tres combinan ambos idiomas. Finalmente, hay una sola canción instrumental. Estos datos muestran que el idioma *kichwa* resulta un elemento fundamental que causa diferencia en el video musical indígena, pero por tratarse de una cultura que está inmersa activamente en una lógica global, en vínculo con el exterior, también se utiliza el

español y la combinación de español-*kichwa* como estrategia de comunicación para expresar racionamientos y sentimientos. En ese sentido, el pueblo indígena, desde su lugar de enunciación o expresión, presenta productos con características multiculturales para entrar en diálogo con otras culturas, más allá de la propia. Se evidencia que los grupos con mayor trayectoria son, en general, los que cantan solamente en idioma *kichwa*, mientras que los más jóvenes cantan en español o combinando ambas lenguas. En la misma línea, otra tendencia es que los grupos de música más consolidados trabajan de forma solvente temas sobre la cultura indígena, a diferencia de los artistas más jóvenes, que se concentran en temas emotivos como el amor y desamor.

La mayoría de videos musicales tiene dos estructuras definidas. La primera hace referencia al artista o la banda musical que ejecuta los diferentes instrumentos musicales andinos. La segunda sección está reservada para contar una historia cotidiana del pueblo indígena. Por tratarse de un espacio reducido para el desarrollo de una historia, muchas veces se deja abierto el conflicto. La utilización de esta estructura responde a que la función principal del videoclip es la promoción de la canción y la consolidación de la imagen de la banda musical. La parte narrativa es utilizada para ilustrar algún detalle o parte de la letra de la canción. Se afirma, entonces, que el videoclip de música andina indígena tiene características de tipo descriptivo - narrativo (Sedeño, 2007; Tarín, 2016) y narrativo (Rodríguez, 2014), con funciones publicitarias.

Las imágenes que se utilizan en los videos musicales son fieles a la realidad y tienen alto grado de iconicidad. Es decir, se trata de cuidar la fotografía para que muestre a las personas o paisajes tal y como son en la realidad. No se evidencian imágenes abstractas que den lugar a una libre interpretación.

La gran mayoría de los actores que participan en los relatos son jóvenes. Solo en algunos videos aparece gente adulta y anciana (“*Jahua Ñan*”, “Nos vemos en la próxima

vida”, “Mandarina”, “*Shuyashka Punlla*”). Este detalle invita a pensar que el público más idóneo para una identificación directa con el video musical son los jóvenes indígenas. Sin embargo, en cuanto a los integrantes de cada de una de las bandas musicales, las edades varían, los grupos combinan artistas novatos con otros de trayectoria.

La utilización del tiempo dentro de los relatos es de orden lineal. Es decir, se trabaja con una estructura temporal que tiene una secuencia lógica. Sin embargo, hay pequeños fragmentos que hacen mención a traslados en el tiempo hacia el pasado o futuro, sobre todo reminiscencias personales que ayudan a comprender mejor la historia. En lo que se refiere al tiempo de colocación, la totalidad de videos se ubican en un pasado no muy lejano; no se evidencia la representación de momentos históricos y tampoco de un futuro. Esta colocación en un tiempo cotidiano y cercano se interpreta como estrategia para causar identificación con el espectador.

Las posiciones de cámara son estáticas y la perspectiva que se trabaja con más frecuencia es la natural. Al tratarse de producciones de bajo presupuesto, no se evidencian grandes recursos técnicos. En ese marco, las posiciones, movimientos y perspectivas de la imagen del videoclip son básicas. Es decir, no se evidencian grúas, coches o movimientos de cámaras que permitan observar secuencias largas, *travellings*, giros de 360 grados, etc. El único elemento innovador que se utiliza en algunas ocasiones son los drones para realizar tomas desde el aire y presentar una imagen general del lugar donde se inserta la acción de los personajes. Más allá de esas tomas, probablemente la totalidad de videos se realice con dos o tres cámaras, con cámara en hombro y trípodes básicos.

El punto de vista que prima en los videos analizados es la focalización cero y las internas. Cuando se trata de focalización interna, es en los personajes masculinos donde recae aquella función. En ese sentido, la mayoría de los grupos musicales son masculinos y las temáticas están abordadas desde ese punto de vista, por lo que no se identifican

perspectivas femeninas, excepto en el video musical “*Amaruni*” de la Mafia Andina. En todos los demás, se habla de amor, partidas, desamor, matrimonio, y otros temas desde el punto de vista masculino. Como consecuencia, se observa la construcción de una mirada sobre las mujeres asociada a calificativos como traicioneras, desleales, individualistas y poco comprensivas. En cambio, los personajes masculinos se construyen como sujetos entregados al amor, trabajadores, tradicionales, trovadores, fieles y creativos, entre las principales características. En síntesis, el punto de vista de focalización interna en los personajes masculinos permite identificar las representaciones de género.

#### 4.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GLOBAL DEL COMPONENTE DE LA REPRESENTACIÓN

El video musical es un producto que ha tomado fuerza con el desarrollo de internet y su popularización ha llamado la atención de las casas productoras y grupos de música andina indígena en Ecuador. Lo atractivo del videoclip radica en su versatilidad, ya que las reglas de producción no son tan rígidas, lo que permite la experimentación. Además, resultan positivos los bajos costos de producción y posproducción, en relación a la alta visibilidad e impacto del producto. Todas estas características se observan en los videoclips de música indígena analizados.

Las funciones de los videos estudiados son netamente publicitarias. Esta función primaria no ha cambiado en la sociedad de la red. En ese sentido, se puede afirmar que, en primera instancia, el clip musical sirve para promocionar y difundir una canción nueva de una banda de música a través de las plataformas digitales y redes sociales; por esa razón, la creación de un tema musical estará directamente relacionada con la parte audiovisual. La imagen en movimiento será el “enganche” para que el consumidor llegue a la canción.

Otra de sus funciones es consolidar la imagen del artista o agrupación musical. Como si se tratara de un territorio, en el espacio interno del video musical los artistas se muestran a través de sus trajes, instrumentos e interpretaciones. Lo que se pretende con este accionar es una identificación, un posicionamiento que muestre la estética particular de cada grupo.

Por último, está la sección destinada a la narración, donde se presenta, en pocos minutos, alguna situación concreta a la que hace mención la canción, teniendo como referencia la cotidianidad de la cultura indígena. Obviamente, también hay otras tipologías de videos donde no se echa mano de una estructura narrativa, pero no es el caso de los videos analizados en esta investigación. Para ampliar las nociones sobre la narrativa, se puede regresar al punto 4.3.

Como se ha señalado, la función publicitaria del videoclip es apoyar a la promoción y difusión del material discográfico. En ese sentido, el video funciona como termómetro para medir la popularidad de la canción y como referente para otras agrupaciones musicales. Un efecto indirecto, que también se observa, es que partir de la creación de una marca digital (principalmente con los contenidos que van subiendo en sus canales digitales), los artistas adquieren más reconocimiento, lo que se traduce en mayor demanda de conciertos.

Al colocar la atención en el relato, se evidencia que la representación de los temas, personas y situaciones hace hincapié en los fenómenos de hibridación cultural y en una descripción de las condiciones de vida que han desarrollado los indígenas de la nueva generación. En las imágenes se observan sujetos que tienen autodeterminación, sus tradiciones, sus propias lecturas del universo, sus pasiones, sus negocios; pero se identifica también con claridad que no están aislados de los problemas sociales como el racismo, la globalización, la pérdida de valores o la aculturación. Esto no debe ser motivo para caer en argumentos prejuiciosos, sino que puede ayudar a entender que la cultura andina indígena está viva y en ebullición. Así, a través de la imagen, se observa un proceso de representación

o ritualización (Schechner, 2012; Goffman citado en Collins, 2009; Collins, 2009) de las prácticas culturales, que se distancia sobremanera de los imaginarios que manejan los medios de comunicación y la gran prensa comercial.

Otra línea de análisis e interpretación, es que el videoclip de música andina está sometido a la canción. Es decir, será la temática de la canción la que provea una dirección sobre el contenido del audiovisual. En todos los casos, en mayor o menor medida, hay una relación entre la letra de la canción y las imágenes que se presentan. Según las categorías de Andrew Goodwin (citado en Sedeño et al, 2016), el videoclip de música andina tiene características de *ilustración* y *amplificación* de los temas que se tratan en la canción. Quedaría por fuera la categoría de *disyunción*, porque en ningún videoclip de los analizados hay una diferencia radical entre el video y la letra de la canción.

El videoclip, entonces, tiene dos componentes importantes: el video y la música. Al concentrarse en la parte musical, Frith (2008) observa que la música andina cumple las siguientes funciones: construcción de la identidad, memoria y exteriorización de sentimientos. Desde la perspectiva de Merriam (2008), las funciones que cumple son: goce estético, entretenimiento, representación simbólica, refuerzo de normas sociales, mantenimiento de los ritos religiosos e integración de la sociedad. Ambos autores hacen referencia a funciones de la música, pero estas categorías bien podrían servir para explicar las funciones del videoclip musical en la actualidad.

Al analizar de manera conjunta los puntos expuestos, se observa que el video musical se ha convertido en un medio de expresión de la cotidianidad de los indígenas. Son piezas comunicativas que están cargadas de sentido, pero no se trata de un sentido estrictamente político – activista, sino de uno que se construye desde la realidad cotidiana. Así, estos videos musicales ayudan a mostrar un panorama más amplio de la vida de los indígenas, más allá de los roles que la misma sociedad y los grandes medios de comunicación les han

impuesto: presentan sujetos más creativos, dinámicos, complejos, con debates internos; una visión de mundo que a la vez se integra y se aleja del mundo occidental. Si los grandes medios de comunicación tienen una sola versión del indígena, el videoclip demuestra diferentes aristas y temas que están latentes en la vida de los pueblos originarios.

En este sentido, el videoclip de música indígena está relacionado con el concepto de identidad cultural, una identidad que se observa viva y por eso posee algunos elementos estables y otros dinámicos. Hay diálogos con el pasado tradicional y un respeto por las raíces, pero eso no significa que la identidad de los pueblos sea totalmente conservadora. El sujeto contemporáneo indígena reconoce sus raíces y también reconoce los problemas de la colonización y la aculturación, pero se encamina en un sendero de creación y experimentación en las expresiones artísticas. Como bien se sabe, los productos que parecen ser menos ideológicos guardan en su interior valores que educan y sugieren a los espectadores (Castells, 2003). En ese ámbito se inserta el videoclip de música andina indígena.

Entonces, la diversidad de miradas sobre el pueblo indígena y la identidad cultural dinámica, materializadas en un producto audiovisual, contribuyen a la consolidación de lo que algunos autores han llamado “video indígena”. Si bien es cierto que esta categoría hace referencia principalmente a los documentales y al cine de los pueblos indígenas, el video musical, alejándose del campo político, también tiene elementos que aportan a ese universo a través de la amalgama de imagen, música y texto. Es decir, si el video indígena está dentro del ámbito político – activista y sus temas principales son demandas históricas como la autodeterminación o el respeto de la cultura; el videoclip musical se concentra en lo cotidiano, en temas más cercanos como el amor, la partida, la muerte, la enfermedad, etc. Todo esto provoca efectos vicarios más fuertes en los espectadores: adquieren mayores niveles de identificación con los sujetos indígenas, ya que ven representadas situaciones que

le suceden al común de las personas. Ante un film documental o cinematográfico ligado al activismo político, en cambio, el espectador necesita de cierto bagaje ideológico para comprender lo que se pretende comunicar.

Se ha revisado que tanto el video como la música indígena son expresiones culturales desarrolladas en la periferia de los centros de poder político, comercial y cultural en territorio ecuatoriano, que obligan a revisar las reiteradas luchas políticas de reivindicación y demandas de autodeterminación de los pueblos originarios. Como se ha explicado en la parte correspondiente, el video y la música indígena se han convertido en discursos contrahegemónicos y se han enfrentado a los poderes políticos, empresariales y culturales. Además, la presencia de la música y el video se ha convertido un reiterado recordatorio de que, dentro del territorio andino, los discursos y prácticas culturales son diversos y mestizos. Así, el poder institucionalizado ve amenazado su discurso esencialista, aquel que resalta solamente la herencia española en menosprecio de la cultura local y milenaria.

Dentro de los videos musicales analizados existen diferentes grados de presencia de mitos, ritualidades y simbologías. Hay que mencionar que no en todos los videoclips existe una presencia directa o clara de alguno de los tres conceptos mencionados, sino que se observan, en mayor medida, en los clips musicales donde hay predominancia del relato, mientras que en el otro grupo hay más acciones de carácter social. Finalmente, existe un grupo pequeño que se queda en el nivel de estereotipos y temas comunes. A continuación, se detallan estos tres grupos.

En el primer grupo (seis videos musicales) se observan mitos sobre una promesa de amor en parejas distanciadas, la humillación de alguien que es acusado de ladrón, y la unión de parejas en matrimonio, que significa el paso a una vida familiar y comunitaria. Estos temas están muy ligados a la mitología andina: la mujer – madre, la existencia de vida en el más allá (en relación a la religión católica), obligaciones morales de no robar, no ser vago y

no mentir (*Ama Shua, Ama quilla, Ama Llulla*), la noción de comunidad y la sabiduría de la naturaleza (*Pacha Mama*).

En el segundo grupo (seis videoclips) se presenta lo que se podría considerar como ritualidades que obedecen al ámbito social. Es decir, acciones que no están directamente relacionadas con la filosofía o el mito indígena andino, sino que son prácticas que los indígenas han desarrollado por su condición de pueblos comerciantes y migrantes, que se han desplazado en búsqueda de mejores oportunidades laborales, con trayectorias artísticas desarrolladas principalmente en el exterior, etc. En síntesis, se trata de un ir y venir de los pueblos indígenas, que queda materializado en los clips musicales analizados. En ese marco, por ejemplo, existen videos que hacen referencia a viajes hacia el exterior (por trabajo o estudio), sujetos indígenas comerciantes de textiles o artesanías, y narraciones sobre los choques culturales en tierras extranjeras.

El tercer y último conjunto de videos musicales (ocho unidades), son aquellos en los que no se evidencia una relación con el mito, ritos o símbolos andinos. Se trata de productos audiovisuales que hacen referencia al amor – desamor, problemas de alcoholismo – maltrato, ostentación – poder; temas que, como se puede entender, no son exclusivos de una cultura. Focalizando en el tópico del amor y desamor, su tratamiento en estos videos tiene mucha similitud con las ideas y prácticas del mundo mestizo. Por ejemplo, se observan paseos románticos, entrega de regalos, objetos que contienen promesas, etc. Este tipo de acciones se encuadra bajo el concepto de “amor romántico” que se ha desarrollado en todo el mundo occidental.

En la misma línea, las referencias al consumo de alcohol, relacionadas también al maltrato, son problemas sociales que están presentes en diversas culturas del mundo, y por esa razón tampoco se pueden asociar exclusivamente a la cultura andina indígena.



## 5. CONCLUSIONES

### 5.1. RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- *¿Qué representa el audiovisual en la creación, estructuración y revitalización de las identidades culturales?*

El audiovisual se ha convertido en uno de los instrumentos más poderosos para representar las acciones de los seres humanos por su carácter icónico, que ayuda a una codificación más rápida por parte del espectador. Dentro de los diferentes formatos audiovisuales, el videoclip se ha convertido en un producto híbrido: si bien la industria musical ha sabido explotarlo, su utilización no solo se enmarca en el terreno comercial. En la actualidad, los grupos considerados subalternos o discriminados históricamente encuentran en el videoclip espacios y formas de expresión para manifestar sus ideas y representaciones del mundo.

Teniendo en cuenta la accesibilidad en los equipos de producción y una relativa facilidad para la distribución, los productores audiovisuales consideraron a los videoclips como la mejor opción para difundir el material musical, crear una imagen de la banda y contar una historia que haga referencia a la cotidianidad indígena.

El abordaje de temas cotidianos para los indígenas como amor, desamor, situaciones humorísticas, migración, la identidad cultural y la justicia social, reflejan en parte el subconsciente colectivo. Además, los videos musicales revitalizan la identidad tradicional y contemporánea, y promueven la continuidad cultural (Córdova, 2011), ya que las historias narradas utilizan su propio idioma (*kichwa*), su vestimenta tradicional y espacios comunes

de los indígenas; también expresan diversos sentimientos en relación a temas como el amor y la partida.

Así, el video musical es un producto de los indígenas para los indígenas. Aquello causa conexiones más fuertes con las imágenes que se presentan, porque se trata de una visibilización de los problemas contemporáneos realizada desde su propia voz (Córdova, 2011).

- *¿Qué tipo de técnicas de análisis audiovisual existen para reflexionar sobre el videoclip moderno?*

En la literatura científica relacionada al videoclip existen muchos documentos que reflexionan al respecto, pero hay que advertir que no se observa la misma cantidad de trabajos cuando se trata de buscar una metodología para su análisis.

El presente trabajo constató que los estudios sobre el videoclip utilizan como metodologías: el análisis formal de la imagen, el análisis de la representación, el análisis narrativo y el análisis de la estética (Rodríguez-López y Aguaded, 2013; Sedeño, Rodríguez y Roger, 2016; Tarín, 2016; Roncallo y Uribe, 2017).

Sin embargo, la utilización aislada de estas metodologías de análisis nunca resulta suficiente por lo problemático que es el objeto de estudio. Por esa razón, en muchos casos se necesita de la combinación de algunas de las tipologías. En esta tesis se siguió ese procedimiento para una mejor interpretación.

- *¿Qué tipo de funciones cumple el videoclip moderno en nuestras sociedades?*

El videoclip moderno es una mercanarrativa (Sedeño, 2007), es decir, un producto dentro del mundo de la publicidad dedicado exclusivamente a promocionar una obra musical. Los videos musicales que pertenecen a la gran industria audiovisual son frenéticos, espectaculares, seductores. Su función principal es vender un producto y estilos de vida.

En ese marco, la producción del videoclip que se aleja de las grandes empresas del entretenimiento solo comparte algunas de las características mencionadas. Los clips musicales andinos poseen un tiempo corto, son fragmentados; pero, sin embargo, tienen una estructura básica en la que se tocan temas que tienen cierta relación con la letra de la canción. Se trata de una estructura mixta que muestra a la banda a la vez que se compagina con un relato.

Así, en la cultura andina indígena del Ecuador, el videoclip cumple con una función publicitaria, de entretenimiento y también de representación de la cotidianidad de los pueblos.

- *¿Existe un videoclip de música andina indígena ecuatoriana?*

Efectivamente. Existe un nacimiento y fortalecimiento del videoclip de música indígena andina en Ecuador. Delimitando el objeto de estudio, se pudo evidenciar que existen cientos de videoclips dentro de esta categoría, pero la mayoría se podría clasificar en tres grandes grupos: los *performativos* (aquellos en los que se ejecutan bailes o danzas), los *representativos* (donde aparecen los músicos en algún espacio abierto o cerrado) y los *narrativos* (en los que se cuenta una historia). También se pueden encontrar diferentes

combinaciones entre todos estos grupos. En ese ámbito, la tipología narrativa resulta ser la menos frecuente y por esa razón surgió el deseo de analizarla en este trabajo.

Con la intención de abordar el análisis de los videos musicales de estilo narrativo, se realizó una segunda observación y catalogación, donde se constató que no existen videos musicales que trabajen exclusivamente la narrativa. En cambio, lo que se pudo identificar fue una estructura mixta, en la que los videoclips tienen una parte narrativa y otra representativa de los artistas. Ese es el tipo de videos que se han seleccionado como objeto de estudio en esta investigación.

Se concluye que el videoclip de la música andina indígena en Ecuador está compuesto por dos partes: la primera hace referencia a la banda o artista, y la segunda es un espacio breve donde se aloja una narración.

## 5.2. CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### 5.2.1. Objetivo General

*Analizar las estrategias narrativas y de representación en el videoclip de la música andina indígena en Ecuador.*

### 5.2.2. Objetivos Específicos

- *Analizar la producción audiovisual, la música andina y las nuevas tecnologías digitales como elementos que ayudan a la configuración y revitalización de las identidades culturales en las poblaciones indígenas del Ecuador.*

Se cumplió totalmente con el objetivo propuesto. Además, a través de la revisión bibliográfica y del contexto, se constató que el audiovisual es un dispositivo cultural y político que ayuda a visibilizar las problemáticas sociales de los indígenas. Esta visibilización está a cargo de los mismos sujetos indígenas, por lo que el videoclip rompe con el fenómeno de la ventriloquía, es decir: no son personas ajenas a su cultura o grandes medios de comunicación quienes describen o narran sus historias, sino ellos mismos. De esta forma, se observa que el audiovisual ayuda a la autodeterminación de los pueblos.

- *Explorar las denominaciones, las tensiones, las funciones, los roles y las características de música andina indígena contemporánea y su relación con el campo audiovisual.*

Este objetivo se cumplió parcialmente. Si bien dentro del debate teórico se encontró una serie de reflexiones que hacen referencia a los usos y funciones de la música (Merriam, 2008; Frith, 2008) y se contó con una gran variedad de clasificaciones, en la realidad, con el análisis de los videoclips, no se encontraron muchas de las funciones descritas por los teóricos.

La mayoría de videos musicales cumplen con la función de entretenimiento. En menor cantidad, se encuentran otras funciones como: representación simbólica, refuerzo de las normas sociales, refuerzo de las instituciones sociales y ritos religiosos, contribución a la continuidad y estabilidad social, función de comunicación.

- *Comprender al videoclip como un medio y producto cultural donde se materializan los discursos de diálogo, confrontación y contradicciones (entre lo tradicional y lo innovador, lo local y lo global, el poder y la resistencia) de la identidad cultural indígena.*

Se cumplió con este objetivo. Se evidenció que el videoclip andino muestra una serie de tensiones y diálogos entre elementos locales y globales, entre lo tradicional y lo innovador. Esto sucede principalmente porque la cultura indígena ha sido, desde siempre, un grupo de humanos que han sabido migrar, como comerciantes, a diferentes partes del mundo. Así, al regreso, traen consigo elementos que enriquecen la propia cultura, lo que se materializa en productos artesanales, textiles y, por supuesto, audiovisuales.

Las tensiones y diálogos se pueden observar en algunas de las temáticas tratadas: el sujeto indígena que trabaja en la ciudad, el indígena que vive en Europa y que retorna a su madre tierra, la vida del migrante en países europeos, etc.

- *Evidenciar las principales estrategias narrativas y de representación que se han utilizado en la producción del videoclip de música andina indígena en el territorio ecuatoriano.*

Se logró alcanzar este objetivo. A pesar de ser un producto relativamente nuevo dentro del mundo indígena, los productores, a través de la puesta en escena, han sabido crear estructuras fijas, estéticas compartidas y temas recurrentes que atrapan el interés de su audiencia.

Como se ha mencionado en la sección de análisis relacional del componente narrativo, varios relatos pueden ser estudiados desde el esquema que plantean Campbell (citado en Chamorro, 2016) y Vogler (1998). En líneas generales, los espacios son utilizados como decorados que pertenecen a lugares comunes de la cultura indígena, los tiempos narrativos ocurren en un pasado no muy lejano y se observan temas que hacen referencia a la pérdida o partida de seres queridos por un viaje, muerte o enfermedad.

### 5.3. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

- *H1: El audiovisual, la música y la tecnología digital son factores que inciden favorablemente en la dinámica de la identidad cultural de las nuevas generaciones de los pueblos indígenas en territorio ecuatoriano.*

La hipótesis se confirmó. Efectivamente, el audiovisual, la tecnología digital y la música andina se han convertido en un dispositivo cultural que ha servido a los grupos subalternos (en este caso, indígenas) como medio y producto para expresar su universo cultural, sus agendas y su autodeterminación.

Desde 1990, año del levantamiento indígena, el audiovisual se ha convertido en un medio de comunicación alternativo para los pueblos y nacionalidades del Ecuador, por solo mencionar el caso local. A través de su utilización, los pueblos han luchado contra los discursos hegemónicos y coloniales que se instalan permanentemente en los medios masivos de comunicación.

En ese sentido, los indígenas, a través de instituciones públicas, políticas, sociales, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y pequeñas empresas productoras, vieron nacer y fomentaron el desarrollo del audiovisual en sus comunidades. Como producto de ello,

existen muchos materiales dentro del campo del documental audiovisual. En los últimos años, la producción audiovisual también está explorando el cine, la televisión y el video musical, generando materiales que son difundidos principalmente por redes de colaboración y en plataformas digitales.

- H2: *Las denominaciones “música andina”, “música autóctona” y “música indígena” son espacios de disputa entre grupos que representan la institucionalidad frente a grupos subalternos que reclaman su autodeterminación.*

La disputa de poder no solo se da en el ámbito de lo visual, se calcan los mismos procedimientos de segregación y discriminación en el campo de la música indígena andina. Se ha constatado que la industria de la música nacional (Ecuador) responde a discursos de poder que tienden a invisibilizar y marginar a los sectores más vulnerados. Esto ocurre tanto en el discurso institucional como en los medios de comunicación masivos, donde le otorgan (si es que lo hacen) espacios cortos y en la periferia de los horarios estelares a la música andina indígena ecuatoriana.

En un marco más específico, centrado en el mundo indígena, la denominación *música andina* sigue siendo motivo de conflicto, ya que para algunos artistas no existiría ese tipo de distinción, mientras que para otros hay que delimitar mejor las nociones de *música folclórica*, *música tradicional* y *música andina*. Sin embargo, al no contar con una denominación clara, el nombre de *música andina* es el término más genérico para referirse a este tipo de estilo musical, ya que dentro de esa categoría se han desarrollado una serie de estilos musicales diversos, que se caracterizan por la fusión y la hibridez de las propuestas indígenas en diálogo con ideas y ritmos de otras partes del mundo.

- *H3: El videoclip de música andina indígena, alojado y difundido en las plataformas digitales, es el principal producto que tienen los músicos indígenas de Ecuador para difundir y promocionar su obra artística.*

El videoclip de música indígena andina cumple una función publicitaria y otra de representación de una identidad colectiva cultural. La génesis del video musical fue la promoción de la canción y la presentación de los artistas a sus públicos, función que aún se cumple a cabalidad: el videoclip de música andina indígena utiliza este producto para posicionar la banda, la canción y el modo de vida actual de los indígenas. En varios casos, la aceptación de un video musical en redes digitales se transforma en el termómetro del éxito de los artistas indígenas.

Cuando el video tiene aceptación y reconocimiento en las audiencias, los productores y los artistas pasan a producir otros temas musicales. Además, la difusión ganada en redes permite los cierres de contratos para los conciertos en vivo.

- *H4: El videoclip de música andina indígena de Ecuador, al contar con un espacio muy corto de tiempo, imposibilita el desarrollo y la profundización de los elementos narrativos (personajes, acciones y ambientes).*

La estructura de los videos musicales que se han analizado corresponde a las tipologías: narrativo – representativo y narrativo – performativo. Por esa razón, la estructura está dividida en dos bloques (que pueden estar en condiciones de dependencia o independencia): el narrativo, donde se narra una historia y el otro bloque, donde se presentan en pantalla los artistas, cantando o ejecutando los instrumentos musicales, en algún espacio abierto o cerrado.

Es de particular interés la parte narrativa, ya que es donde se observan mayores elementos para el análisis y la interpretación. En ese marco, sin embargo, se evidencian muy pocos videos musicales con una narrativa fuerte. En la mayoría de videoclips de música andina, la estructura narrativa es débil porque no hay un trabajo profundo de diseño y planificación respecto a la interpretación actoral, el espacio y el ritmo narrativo (entre los problemas principales).

En ese sentido, se abandona casi por completo la planificación o diseño de los espacios. La mayoría de espacios son simples decorados, no cuentan con elementos simbólicos de los pueblos andinos ecuatorianos que sean fuertes para enriquecer el relato. Respecto al manejo del tiempo, la mayoría de videos musicales utiliza un tiempo cronológico lineal. Muy pocos trabajan la combinación del pasado, presente y futuro.

En los videos musicales que trabajan exclusivamente el relato, sus elementos estructurales (personajes, ambientes y acontecimientos) son mejor abordados. Allí se evidencia un trabajo más profundo y complejo de los personajes principales, es decir, una mejor caracterización física y, sobre todo, la materialización de las emociones en los rostros. Asimismo, los espacios físicos son mejor planificados y ayudan a una mejor descripción del relato, mientras que los acontecimientos son más variados y ofrecen al espectador una mayor tensión dramática antes de llegar al clímax.

Los conflictos recurrentes se dan a nivel interno y externo. A nivel interno, hay una lucha con los propios recuerdos (promesas por cumplir, abandono, traición, etc.). A nivel externo, la lucha es en contra del destino, que se manifiesta a través de la muerte, el abandono, viajes de trabajo o estudios, y pone trabas al amor a partir de la ausencia y la partida.

La mayor parte de los videos musicales andinos utilizan el punto de vista de estilo focalización interna fija y múltiple. Es decir, se narra desde la conciencia de uno o varios personajes que son parte del relato.

## 6. DISCUSIÓN

### 6.1. ANÁLISIS CRÍTICO DE LOS RESULTADOS

El presente estudio se aleja de los análisis políticos y activistas relacionados a los estudios sobre visualidad e imágenes indígenas que muestran a los pueblos originarios como seres dependientes. La nueva dirección no responde a una invalidación de las líneas de reflexión anteriores, pero en este trabajo se considera más importante analizar los productos que han creado los propios pueblos indígenas sobre aspectos de su cotidianidad (traducidos en la celebración del amor, el dolor por la ausencia, las emociones negativas luego de rupturas amorosas, celebraciones de matrimonios, etc).

En esta línea de investigación, se dialoga con los argumentos de investigadores que sostienen que la utilización de las imágenes y lengua propias es un acto de resistencia, difusión y promoción de la cultura indígena (Muenala, 2016). Además, se analizan los videos musicales teniendo en cuenta aquellos criterios que sostienen que los productos comunicativos de ficción son transmisores de ideologías y valores, del mismo modo que los materiales audiovisuales de denuncia política expresa (Castells, 2003).

El videoclip de músicos indígenas de Ecuador entra en contradicción con otros estilos de videos musicales que están en terreno del *mainstream*. La brevedad y la fragmentación son las únicas características que comparten. En cambio, no se observa, por ejemplo, una velocidad desenfrenada (Selva, 2012), carece de citas de otros medios, no se evidencian intertextualidades (Armer citado en Selva, 2012), no hay sorpresa permanente (Grijalba,

2011), no se busca la sobreexcitación (Lipovetsky, 2004) y no se utilizan grandes efectos visuales (Sedeño, 2020).

De todas formas, sí se puede relacionar al videoclip andino ecuatoriano con el concepto de *mercanarrativa* (Sedeño, 2007), pues este producto se inserta dentro de la escena musical, tiene funciones de promoción del material discográfico, sirve para la consolidación de la imagen de la agrupación musical y presenta (en modo narrativo) situaciones cotidianas de la vida de los indígenas. El orden de jerarquización de dichos objetivos va en este sentido: promoción de la canción, construcción de la imagen de la banda y representación de la identidad (a través de relatos cortos).

Alrededor del año 2010, hubo un crecimiento exponencial en la producción de videos musicales de agrupaciones de música andina en Ecuador. A partir de ahí, las casas productoras o las mismas agrupaciones han realizado una gran variedad de tipologías de videoclip. Sin embargo, no se puede hablar aún de videoclips interactivos, o videos musicales de estilo transmediático (Sedeño, 2020).

Este estudio ha identificado dos puntos elementales que se encadenan en la estructura del videoclip de música andina indígena: la representación de los artistas y la narrativa. En el primer bloque aparecen el artista o los músicos realizando la *performance* musical; mientras que el segundo bloque se destina al desarrollo del relato (personajes, ambientes y acontecimientos). Solo unos pocos videos musicales de la muestra son exclusivamente narrativos. Este tipo de videoclips narrativo-descriptivos están muy a tono con los estudios que se han revisado en el marco teórico (Rodríguez, 2014; Sedeño, 2017).

Un elemento que se descuida con mayor frecuencia son los espacios. Los ambientes que se observan en los diferentes videos musicales no conllevan un significado o simbolismo asociado a la cultura andina indígena. En los casos de videos de grupos de la provincia de Imbabura, hay una reiterada utilización de la plaza central de la ciudad de Otavalo, pero la

única función que cumple es la de decorado (Casetti y Di Chio, 1998), o estético – decorativa (Canet y Prósper, 2009).

En el ámbito de la representación audiovisual, se ha fundamentado el trabajo desde las reflexiones de Schechner (2012) y Goffman (citado en Collins, 2009) sobre la ritualidad. Acogiendo esos conceptos, se pueden observar algunas ritualidades que son propias de la cultura indígena como la familia, el matrimonio, la comunidad, la naturaleza y los valores morales. Sin embargo, hay otros temas que hacen referencias a problemáticas más generales como el amor y desamor, y también hay alusiones a problemas sociales como el alcoholismo, la violencia y el machismo (que no solo afectan a la población indígena).

## 6.2. APORTACIONES AL CAMPO

Se trata de una investigación innovadora, ya que se evidencian escasos estudios sobre el videoclip en la región andina ecuatoriana. Existen análisis sobre la producción audiovisual indígena en el ámbito de la cinematografía y el documental, pero los productos relacionados al ámbito de la música, el entretenimiento, el espectáculo y la economía a escala pequeña tienen poca cabida en las reflexiones de los académicos. Así, a pesar de que hay una tradición que denomina “video indígena” a las prácticas audiovisuales de los diferentes pueblos originarios de América Latina, los estudios sobre este tipo de formatos audiovisuales no ha sido de interés, quizá porque su producción esté influenciada (o contaminada) por aspectos comerciales y por el goce del cuerpo, quizás por no tratarse de grandes producciones a nivel técnico, lo que no permite un abordaje mucho más profundo.

Sin embargo, el estudio del videoclip aporta las primeras reflexiones sobre productos audiovisuales que tienen influencias de la globalización, la auto representación de los indígenas, el comercio a pequeña escala, la ficción y el entretenimiento. Se trata de un

producto híbrido que tiene la posibilidad de retratar los cambios de la identidad indígena, invisibilizados en los medios tradicionales y comerciales de Ecuador.

Además, a través de las pequeñas narraciones que existen en su interior, este tipo de producciones experimenta con la ficción, recurso que no se utiliza con frecuencia en las producciones audiovisuales indígenas. Es una diferencia notable con el documental indígena: mientras que el documental toma elementos de la realidad, el clip musical utiliza la ficción para contar alguna situación o dar un mensaje.

### 6.3. NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Una de las principales líneas de investigación para complementar este análisis tiene que ver con los estudios sobre la recepción de los videos musicales. Sería de gran valor académico reconocer cómo asimila la población indígena del Ecuador (sobre todo los jóvenes indígenas) este tipo de productos. Es decir ¿cómo los consumen?, ¿cuáles son lugares de consumo?, ¿qué significados tienen los videos musicales para las personas?, etc.

Otra línea de investigación se debería enfocar en la utilización de las plataformas digitales para la difusión de estos productos audiovisuales y qué repercusión tiene eso en los artistas o las bandas de música.

Se puede vislumbrar, también, un estudio sobre la trayectoria de la música andina indígena en territorio ecuatoriano. En la revisión de la literatura científica existen documentos, cortos y limitados, que hacen referencia a este tipo de música; sin embargo, son reflexiones que están insertas en investigaciones más grandes y con otros objetivos, muy ajenos a la trayectoria histórica particular de la música andina indígena.

La comunicación, la cultura, la música, los jóvenes y la tecnología son conceptos que se entrecruzan. Sin duda alguna, hay agrupaciones musicales de larga trayectoria que siguen

vigentes, pero también hay una nueva camada de músicos jóvenes indígenas que están tomando el pulso y la pauta. En ese sentido, otra línea de investigación debería ocuparse de los nuevos procesos creativos y la innovación en torno a la música y el video en los artistas jóvenes.



## 7. APLICACIONES

### 7.1. APLICACIONES TEÓRICAS

**Análisis del componente político de la imagen.** *Imagen* es un término polisémico que está asociado a diversos procesos técnicos, culturales y políticos. En ese marco, en cada una de las naciones existen imágenes que han sido producidas por grupos que ostentan el poder, y Ecuador no es la excepción: a través de mecanismos institucionales, se han representado diferentes situaciones y grupos humanos a partir de cierto tipo de intereses. Reconocer esta dinámica del poder político en relación a las imágenes ayudará a entender de mejor manera los productos audiovisuales que se muestran en la realidad a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales. Con este tipo de trabajos académicos, se busca entender una dimensión más amplia del sujeto indígena en Ecuador, para no dejar esta tarea en manos de los grupos de poder y sus medios. Abrir el análisis hacia la imagen que produce el propio colectivo ayudará a cuestionar los imaginarios y representaciones sobre los indígenas como sujetos pasivos, premodernos, aislados voluntariamente, bonachones, ignorantes, hábiles solo en la artesanía, etc.

Desde el ámbito de la academia, se busca ir más allá de los medios y productos de contenido político - activista como el cine y el documental indígena, que ya gozan de espacios de debate, producción y formación. Se considera que hay otras manifestaciones que aún no se toman en cuenta, como el ámbito del entretenimiento, que, a fin de cuentas, también resulta estar cerca de la dinámica política, entendiendo entretenimiento como aquellos productos audiovisuales cuya función principal sea el disfrute y el goce de los pueblos indígenas.

**La dinámica de la imagen indígena.** En los medios de comunicación masivos no existe difusión sobre la producción audiovisual de los indígenas. Algo de este problema ha sido paliado por los medios de comunicación comunitarios y digitales. En el ámbito de la academia, existe un reconocimiento, con vastos documentos, sobre el cine y el documental indígena, pero hay poco interés en productos audiovisuales que hagan referencia al entretenimiento, al espectáculo y al deleite. Este desinterés quizá obedezca a lo problemático que resulta agrupar en una sola categoría a diversos productos audiovisuales. Además del video musical, existen otros tipos de videos para entretenimiento, como el detrás de cámara de la producción de algún material audiovisual, la filmación de bodas, videos de blogueros de viajes, entrevistas periodísticas, reportajes, videos de humor, telenovelas, etc. En ese sentido, esta investigación también debe ayudar a entender que, en términos de comunicación audiovisual, el campo es muy diverso, y hay producciones y formatos que salen de las teorías y los esquemas de análisis. Sin embargo, existe una riqueza en ese ámbito para la interpretación de ideas, imaginarios y rasgos culturales que se materializan en la imagen.

**Metodología para analizar productos audiovisuales de entretenimiento.** Si bien el diseño metodológico global fue pensado para analizar el video musical, éste cuenta con dos componentes que sirven como marco metodológico para analizar otro tipo productos audiovisuales. Quizá la utilización de ambos componentes en conjunto resulte complicada; sin embargo, utilizar el esquema analítico de la narrativa y el de la representación por separado bien puede servir para el estudio de otros productos como películas, cortometrajes o telenovelas en el sector audiovisual indígena. Ahora mismo existe una serie de formatos audiovisuales en la red, pero al momento de buscar una reflexión, muchas veces se carece de un esquema para su interpretación. En ese marco, este trabajo puede contribuir a paliar esa carencia de reflexiones teóricas y metodológicas.

**Dinámica de la cultura y la identidad.** Se ha hablado de que las imágenes están asociadas con el poder, y eso permite comprender que hay grupos que tienen la capacidad de representar a aquellos sujetos que carecen de poder. En ese marco, las imágenes establecidas sobre la identidad de los indígenas son de carácter esencialista, una forma de representación que deja ocultos o al margen procesos y dinámicas que encierran la verdadera identidad cultural de los pueblos. Esa identidad tiene aspectos imperecederos y otros que son móviles y adaptables según los estadios de la humanidad, nada está rígido o sólido para siempre. Este dinamismo, lejos de causar la conmoción que suele causar en quienes sostienen criterios puristas y esencialistas (de ambos bandos, mestizos e indígenas), nos muestra los diálogos y las contradicciones que se materializan en los productos culturales. Entonces, acercarse a los procesos de identidad cultural del pueblo indígena a través de sus videoclips permitirá una fotografía con mayor cantidad de elementos a describir que aquellos imaginarios que están insertos en los medios de comunicación comerciales. En ese sentido, este trabajo desea hacer entender que las identidades son móviles.

**La música andina y el videoclip como producto cultural de entretenimiento y sentido.** El video musical pertenece a una categoría mayor que se ha denominado video indígena. Se trata de un producto audiovisual que tiene como puerta de entrada el ámbito de la música, el entretenimiento, la ficción y la cotidianidad. Como se ha mencionado, el estudio del cine y el documental indígena gozan de mayor legitimidad dentro del ámbito académico y su puerta de entrada ha sido la política, ya que tienen como función principal denunciar atropellos a los pueblos indígenas y se dirigen hacia públicos letrados y con posiciones políticas claras. En cambio, el videoclip musical es una producción de consumo interno, un negocio a pequeña escala, donde el relato es presentado, en su mayoría, a partir de elementos ficticios y no necesariamente toca temas políticos, pero apela a temas y emociones asociados

a la pareja, la familia, la ausencia del ser amado, los derrotados, los héroes, etc. La emoción, así, se convierte en el principal recurso para conectar con este producto audiovisual.

**Comunicación publicitaria indígena.** Si bien no está dentro de los alcances de esta investigación hablar de una categoría de “publicidad indígena”, hay elementos para considerar su reflexión. El videoclip musical se convierte en un medio y producto de la banda para conseguir beneficios tangibles e intangibles como el reconocimiento de la canción, la consolidación de la imagen de la banda, la compra de canciones a través de discos compactos, descargas legales e ilegales de las canciones, contratos para conciertos, etc.

Sedeño (2007) maneja la categoría de *mercanarrativa* y, como se mencionó, el video musical indígena entra en esa descripción porque su función principal es difundir algún tipo de mensaje para generar algún tipo de valor de cambio. El objetivo de conseguir valor (económico) a cambio es la diferencia fundamental con otros tipos de productos audiovisuales como el cine y el documental indígena. Estos últimos tienen otro tipo de objetivos como la identificación, el reconocimiento y la resistencia cultural con claro enfoque político. El video musical, en cambio, cumple algunos de los rasgos establecidos por Rincón (2006) como: marca y producto, seducción a través de historias, tradición e innovación de los valores culturales y preocupación social. Así, se puede concluir que el video musical abre un camino para explorar la categoría de publicidad indígena, ya que es un tipo de video más cerca del ámbito comercial, aunque fuertemente influenciado por elementos culturales.

**Ritualidad y simbología indígena.** En el análisis global se ha dicho que hay videos musicales que hacen referencia directa a la ritualidad y simbología indígena. Sin embargo, hay una buena cantidad de videos que apuntan a otros temas y pierden la oportunidad de contar una historia desde una matriz o enfoque indígena. En ese sentido, se considera que

las planificaciones en la preproducción deberían tomar en cuenta este elemento para que la historia o el mensaje sea diferente y provoque mayor impacto.

## 7.2. APLICACIONES PRÁCTICAS

**Estructurar narrativas diferentes.** Se ha establecido que el videoclip de música andina indígena tiene una estructura que combina elementos narrativos y de representación. Esta estructura, en un primer momento, ha ayudado a la identificación y reconocimiento del video musical por parte de los espectadores. Sin embargo, esta tipología es la más frecuente y se sigue repitiendo hasta la actualidad, generando videos muy parecidos entre sí, donde solo cambian los personajes. En ese marco, y teniendo en cuenta, como se ha mencionado, que el videoclip es un producto versátil que se adapta a diferentes situaciones, los productores audiovisuales están invitados y obligados a probar y experimentar nuevas estructuras de videos musicales, para abrir, así, el abanico de posibilidades.

Esto es importante, además, porque la combinación de elementos narrativos y de representación que se ha encontrado en el presente estudio, suele provocar que ambos se interpongan y su tratamiento resulte débil. Es decir que, al final, ninguno de los dos elementos cobra suficiente fuerza: en lo narrativo se observa un relato lineal y personajes superficiales; mientras que la parte de la representación se agota en la exhibición de los artistas en escena ejecutando los instrumentos musicales. En este sentido, la concentración en uno solo de los elementos reforzaría el video musical andino indígena.

Este trabajo ha identificado que, dentro de la estructura narrativa del video musical andino indígena, es necesario trabajar aquel intervalo entre el primer y el tercer punto de giro (clímax). Se ha dicho, en la interpretación general, que las historias poseen finales que son predecibles y poco dosificados. Esto provoca relatos superficiales y cuestionamientos al

concepto de verosimilitud. En ese marco, colocar atención en los diferentes recursos ayudará a mejorar los finales de las historias que se cuentan.

En esta época de hipermediación constante, el video musical y otros productos audiovisuales se pueden convertir en recursos estratégicos para explicar la dinámica de la cultura en general, y sobre todo la evolución de la cultura indígena. Acercando estos productos a los más jóvenes (para el análisis, la creación o el consumo), podrían convertirse en un medio para la revitalización y el entendimiento de la propia cultura que les rodea.

**Profundizar en la psicología de los personajes.** En el estudio realizado se ha identificado, como regla general en los relatos, la presencia de dos personajes (hombre y mujer). Sin embargo, el trabajo de la interpretación actoral no se toma en cuenta en toda su dimensión, se observa que existe improvisación y timidez frente a la cámara. Un trabajo más pormenorizado y profundo en este punto daría como resultado mejores interpretaciones actorales, personajes complejos y con contrastes, que ayuden a sostener una narrativa más fuerte. Con características psicológicas diversas o contradictorias, se reforzarán las diferentes emociones que sienten y generan cada uno de los personajes. Además, ayudaría a combatir imaginarios establecidos sobre los indígenas como sujetos bonachones, serviciales y sin capacidades de crítica social.

**Crear productos que tengan mayor valor cultural para la identidad andina indígena.** La mayoría de videos musicales analizados hacen referencia al tema del amor. El análisis no desea juzgar la canción de amor o el tema del amor, pero sí criticar la manera reiterativa en la que se presenta este sentimiento. Es decir, el tratamiento del relato audiovisual se limita a mostrar en pantalla el inicio de la relación de pareja, los momentos donde son felices y, en la mayoría de los casos, el momento en que rompen la relación. En todo este proceso, no se han evidenciado rasgos culturales propios, que hagan referencia a la cultura andina de donde proviene el producto audiovisual. Sin embargo, hay algunos

pocos ejemplos que demuestran que puede haber mayor creatividad a la hora de hablar del amor, es decir, se presentan desde otro enfoque como el humor, la tradición, la partida o promesas ligadas a elementos simbólicos y prácticas culturales de los pueblos indígenas andinos.

En ese sentido, este análisis debe servir para que los productores o directores audiovisuales de los videos musicales comprendan que, si bien se seguirá hablando sobre el amor de aquí hasta el fin de los tiempos, el enfoque cultural indígena andino podría ofrecer una nueva lectura sobre este sentimiento.

**Poner atención en otro tipo de productos audiovisuales ayudará a mostrar prácticas culturales de resistencia y diversión.** La intención de este trabajo no es polemizar con otros productos audiovisuales de características más políticas y activistas, que consideramos justos y necesarios. Lo que se pretende es mostrar que, dentro de lo que se puede considerar como vídeo indígena, existen otros sectores, ámbitos y productos que, por no poseer rasgos directamente ideológicos-políticos, se dejan al margen en los debates académicos y políticos. El interés, entonces, es demostrar que existe otro campo, más cercano al ámbito del entretenimiento, el espectáculo, la publicidad y la ficción, la música y la tecnología digital; áreas que si bien no cuentan con un discurso político directo y fuerte, contribuyen a la auto representación de la cotidianidad de los pueblos indígenas, entendida como el lugar y espacio donde se identifican malentendidos, primeras ilusiones de amor, traiciones sentimentales, reencuentros, conexiones con los ancestros, momentos importantes de la pareja como el matrimonio, etc.

Tratar temas cotidianos a través de la ficción puede ser un instrumento poderoso de auto representación y autodeterminación de los pueblos indígenas. Los productores, directores o comunicadores audiovisuales tienen el recurso inagotable de la ficción para el

tratamiento de cualquier tema, lo que representa una oportunidad dentro de este territorio audiovisual.

**Trabajar mejor los espacios para dotarlos de mayor sentido.** En el análisis general del componente narrativo se ha hecho alusión a este tema. La mejor planificación y concentración del espacio dentro de la producción audiovisual podrá dotar de mayor carga simbólica a todo el relato. Habría que dejar al margen lugares que se han convertido en tópicos y que están claramente identificados, como la plaza central de la ciudad de Otavalo. Del mismo modo, hay un reiterado registro de espacios abiertos naturales que hacen referencia a la geografía andina. Si bien es cierto que ambas locaciones indican el lugar de pertenencia de la banda musical y generan familiaridad al momento de contar el relato, el recurso se ha vuelto reiterativo. Se podría manifestar, entonces, que la utilización de este tipo de imágenes sirve únicamente de relleno dentro del relato. Además, se hace evidente que la producción del audiovisual musical no tiene ningún control sobre este elemento narrativo.

**Posicionar la existencia de la música andina indígena** (como documento de memoria). El videoclip casi siempre es precedido por una obra musical. En ese sentido, hablar de videoclip de música andina indígena también obliga a mirar la dinámica de la música andina indígena. Uno de los primeros objetivos de este trabajo es reconocer que existe una música andina indígena y que ésta ha evolucionado a partir de contradicciones y diálogos dentro y fuera de su propia cultura. Esta dinámica se exhibe claramente cuando se conjugan la canción y la imagen para mostrar diferentes temas. Sin embargo, toda esta producción artística ha quedado enmarcada y circulando dentro de su propia cultura *kichwa*. En los medios de comunicación de la ciudad de Quito, por ejemplo, la referencia a la música andina está asociada a grupos musicales de Ecuador, Perú, Bolivia y Argentina, pero con la particularidad de que se trata de éxitos del siglo pasado y las primeras décadas del siglo XXI.

En ese marco, esta investigación puede ayudar a comprender la actualidad de la música andina indígena en Ecuador y buscar espacios para su difusión en los medios tradicionales.

Abordar este tema obliga también a repensar el factor de la música por sí misma dentro de las comunidades indígenas a través de la historia. Este trabajo intenta posicionarse como un primer acercamiento a ese campo, tanto de la denominada música andina como de todas las otras denominaciones que reciben aquellas músicas y sonidos realizados por los indígenas en la región de los Andes. En el contexto ecuatoriano, existen diversos estudios alrededor del *rock*, el *pasillo* y la *tecnocumbia*, por ejemplo, pero pocos sobre música indígena. En ese sentido, esta investigación también podría contribuir abriendo una puerta hacia estudios que relacionen música, cultura indígena y medios de comunicación.



## 8. REFERENCIAS

- Abril, A., & León, A. (2017). Nueva Cultura audiovisual y ciberculturas juveniles: sociabilidad y apropiación mediática de jóvenes en el ciberespacio. *Revista Internacional de Imagen*, 3(2), 01-09.
- Abril, G. (2013). Cultura visual, de la semiótica a la política. *Estudios de Comunicación*.
- Aigeneren, M. (2009). Análisis de contenido. *Centro de Estudios de Opinión*, 01-51.
- Ardevòl, E., & Muntañola, N. (2004). Representación y cultura digital en la sociedad contemporánea. UOC.
- Attali, J. (1995). Ruidos: ensayos sobre la economía política de la música. Siglo XXI.
- Aumont, J. (1992). La imagen. Paidós.
- Ayala, P. (2008). El mundo del rock en Quito. Corporación Editora Nacional.
- Bal, M. (1990). Teoría de la narrativa: una introducción a la narratología. Cátedra.
- Banegas, et al (2017, julio 18). Música andina en Loja – Ecuador. MillyBelen.  
<https://millybelen.wordpress.com/2017/07/18/musica-andina-en-loja-ecuador/>
- Barbero, J. M. (2009). Culturas y comunicación globalizada. *Revista científica de información y comunicación*, 175-192.
- Bauman, Z. (2013). La globalización. Paidós.
- Be Life (2017). Conoce la nueva música que se hace desde el kichwa.  
<https://belife.ec/musica-kichwa/>
- Bermúdez, J. (2010). Cultura Visual. *Revista Nodo*, 4(8), 05-30.
- Blacking, J. (2015). ¿Hay música en el hombre? Alianza.
- Bordwell, D. (1996). La narración en cine de ficción. Paidós.

- Brisset, D. (2011). *Análisis fílmico y audiovisual*. Editorial UOC.
- Brisset, M., & Demetrio, E. (2012). *Ubicación científica del estudio de las obras audiovisuales*. E-prints UCM.
- Burgos, C. (2011). *Música y narcotráfico en México. Una aproximación a los narcorridos desde la noción de mediador*. *Athenea Digital.*, 11(1), 97-110.
- Bustamante, E. (2009). *De las industrias culturales al entretenimiento*. *Diálogos de la comunicación* (78), 1-25.
- Canet, F., & Prósper, J. (2009). *Narrativa Audiovisual. Estrategias y recursos*. Síntesis.
- Caro, A. M. (2011). *Cómo los videos musicales cuentan historias: elementos narrativos en el videoclip de los primeros diez años de MTV*. *Admira*, 132-154.
- Carpio, S. (2015). *La enseñanza de la comunicación audiovisual en la universidad peruana. Análisis de la concordancia de las mallas curriculares con el perfil de egreso* [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona].  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=75945>
- Casetti, F., & Di Chio, F. (1998). *¿Cómo analizar un film?*. Paidós.
- Castaingts, J. (2011). *Antropología simbólica y neurociencia*. Anthropos.
- Castells, A. (2003). *Cine indígena y resistencia cultural*. *Revista Chasqui*, 50-57.
- Chamorro, A. (2016-2017). *El viaje del héroe campbelliano. Continuidad y ruptura del monomito en la fantasía épica contemporánea*. Facultad de Humanidades. Universidad Pompeu Fabra.
- Chatman, S. (1990). *Historia y discurso*. Taurus Humanidades.
- Collins, R. (2009). *Cadenas de Rituales de interacción*. Anthropos.
- Cordero, L. (2010). *Diccionario Quichua - Castellano, Castellano - Quichua*. Corporación Editora Nacional.

- Córdoba, A. (2011). Estéticas enraizadas: aproximaciones al video indígena en América Latina. *Comunicación y Medios*, 81-107.
- Cuche, D. (2002). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión.
- Del Portillo, A. (2013). El ritmo en las formas audiovisuales. En P. Gómez (coord.), *Teorías y aplicaciones narrativas*. (págs. 161-186). Icono 14 Editorial.
- Doc, C. (2009). *De la creación al guión: Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. La Crujía.
- Eco, U. (2011). *La estructura ausente*. DeBolsillo.
- Facultad de Psicología - UNLP. (2017). *Psicología y Lingüística*.  
<https://linguisticapsicologia.weebly.com/>
- Farinango, L. (2012). *Procesos de hibridación de la identidad indígena reflejado en la música andina: caso de estudio la agrupación musical los Nin de la ciudad de Otavalo [Tesis de maestría, FLACSO-Ecuador]*.  
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7368>
- Farinango, L. (2013). *Comunicación: organización, política y cultura*. Minga Educativa.
- Farinango, L. (2019). *Estrategia de representación en el videoclip de la música andina en YouTube. Caso Imbabura - Ecuador*. En I. Gordillo, J. Barcelos, D. Bressan, & D. Rossi, *Perspectivas Imagéticas* (págs. 235-261). RIA.
- Fenández Diez, F., & Martínez Abadía, J. (2016). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós.
- Finnegan, R. (2003). *Música y participación*. TRANS(007).
- Frith, S. (1997). *Música e identidad*. En S. Hall, & P. d. Gay, *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu.
- Frith, S. (2008). *Hacia una estética de la música popular*. En F. Cruces, & e. al, *Culturas musicales* (págs. 413-435). Trotta.

- Gafa TV Ecuador (s/f). Al despertar entrevista con Geovanny Segovia director grupo musical CHARIK. [Video]. YouTube.
- [https://www.youtube.com/watch?v=D8HdUI511\\_s&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=D8HdUI511_s&feature=emb_logo)
- Garcés, Á. (2006). Instituto Universitario de Educación Física. Obtenido de Instituto Universitario de Educación Física:
- [http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias\\_expo/cuerpo\\_ciudad/juventud\\_musica.pdf](http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias_expo/cuerpo_ciudad/juventud_musica.pdf)
- García – Aguilar, R. (2015). La cultura visual como sistema de significación. En J. Elizondo, Cultura visual y sistemas de significación (págs. 57-72). UAM, Unidad de Cuajimalpa.
- García – García, F. (2011). Ética y narración audiovisual. En F. García-García, & M. Rajas, Narrativas audiovisuales: el relato. (págs. 13-34). Icono 14 Editorial.
- García – García, F. (2014). El cine como ágora: saber y compartir las imágenes de un relato filmico. En A. Alves, F. García, & P. Alves, Aprender del cine: narrativa y didáctica (págs. 21-40). Icono 14.
- García – Jiménez, J. (2003). Narrativa Audiovisual. Cátedra.
- Gardies, R. (2014). Comprender el cine y las imágenes. La marca editora.
- Gaudreault, A., & Jost, F. (1995). El relato cinematográfico. Cine y narratología. Paidós.
- Gentile, M., Díaz, R., & Ferrari, P. (2011). Escenografía cinematográfica. La Crujía.
- Gilbert, J., & Pearson, E. (2003). Cultura y políticas de la música dance, disco, hip-hop, house, techno, durm`n`bass y garage. Paidós.
- Gioia, T. (2016). Canciones de amor. La historia jamás contada. Turner.
- Gleizer, M. (1997). Ideología, subjetividad y sentido en las sociedades complejas. FLACSO.
- Gómez, D. (1993). Semiótica Publicitaria. Universidad Tecnológica Equinoccial.

- Grau Rafel, M. (2016). La mente narradora. Laertes.
- Grijalba, N. (s.f.). La nueva morfología de los videoclips en la era de Youtube. En F. García, & M. Rajas, Narrativas audiovisuales: mediación y convergencia (págs. 49-64). Íconos 14 editorial.
- Grimson, A. (2011). Los límites de la cultura. Siglo XXI.
- Grossberg, L. (2012). Estudios culturales en tiempo futuro. Siglo XXI.
- Guerrero, P. (2002). La cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia. Abya-Yala.
- Hall, S. (1997). ¿Quién necesita de la identidad? En S. Hall, & P. d. Gay, Cuestiones de Identidad. Amorrortu.
- Harris, D. (2014). Trama: una cuestión de enfoque. En A. Steeled, Escribir ficción (págs. 85-119). Alba.
- Illescas, J. (2015). La dictadura del videoclip. El viejo Topo.
- Illescas, J. (2016, marzo 28). La dictadura del videoclip. Blogs RTVE.ES.  
<https://blog.rtve.es/riendasuelta/2016/03/jon.html>
- Joly, M. (2009). Introducción al análisis de la imagen. La marca editora.
- León, C. (2010). Reinventando al otro. El documental indigenista en el Ecuador. Editorial Ecuador.
- León, C. (2016). Video indígena, autoridad etnográfica y alter-antropología. Maguaré, 17-45.
- Lipovetsky, G., & Charles, S. (2014). Los tiempos hipermodernos. Anagrama.
- Lomas, C. (1996). El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria. Octaedro.
- Londoño, C. (2017). Producción del videoclip musical narrativo y descriptivo - narrativo: desde MTV hasta YouTube. Razón y Palabra, 783-794.

- Los Nin (s.f.). Biografía. Los Nin Hip Hop Kichwa. <https://losnin.com/biografia/>
- Lugo, N. (2016). Relato Digital. Continuidad y rompimiento de la narrativa. Editorial Digital Tecnológico de Monterrey.
- Manso, E. (2013). La cultura visual como contenido para un proceso de investigación pedagógica en la educación plástica y visual en la educación secundaria obligatoria de la Comunidad Autónoma de Madrid. <https://eprints.ucm.es/18146/>
- Marcos, E., & Gómez, J. (2014). Narrativas (Mínimas) Audiovisuales. Encuadre Shangrila.
- Marín, M., & García, M. (2012). La influencia de las vanguardias artísticas en los videoclips de Miche Gondry. *Creatividad y Sociedad*(19).
- Márquez, I. (2015). Una genealogía de la pantalla. Anagrama.
- Martínez Ulloa, J. (2002). La música indígena y la identidad: los espacios musicales de las comunidades mapuches urbanos. *Revista musical chilena*, 21-44.
- Merriam, A. (2008). Usos y funciones. En Cruces, Francisco, & e. al, *Las culturas musicales* (págs. 275-296). Trotta.
- Mirzoeff, N. (2003). Una introducción a la cultura visual. España: Paidós.
- Moncayo, M. (2019). Media Training. Guía para hablar frente a una cámara de video. Amarante.
- Mora - Fernández, J. I., & Montero Gómez, A. (2016). Análisis estético y narrativo en YouTube de vídeos musicales multiculturales y populares internacionalmente. *ArTecnología*, 01-18.
- Muenala, A. (2018). Experiencias y propuestas audiovisuales desde los pueblos y nacionalidades del Ecuador. Casos de estudio: Rupai, Kinde y Selva Producciones [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6180>

- Muenala, H. (2016). La autorepresentación en la práctica audiovisual de realizadores kichwa otavalos como estrategia para la continuidad histórica de su identidad étnico - cultural [Tesis de maestría, FLACSO-Ecuador].  
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/8835>
- Myers, H. (2008). Etnomusicología. En F. Cruces, & e. al, Culturas musicales (págs. 19-39). Trotta.
- Nichols, B. (1997). La representación de la realidad. Paidós.
- Nogueira, L. (2014). Chris Cunningham: entre videoclip y cortometraje, entre narrativa y alegoría. En J. Marcos, & F. Gómez, Narrativas (Mínimas) Audiovisuales (págs. 94-111). Encuadre Shangrila.
- Ñucanchi Ñan (2020, agosto 31). Biografía de la banda. [Sección Información]. Facebook. [https://web.facebook.com/pg/%C3%91ucanchi-%C3%91an-132004883537914/about/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/pg/%C3%91ucanchi-%C3%91an-132004883537914/about/?ref=page_internal)
- Ordóñez, W. (2010). Alza que te han visto. Historia social de la música y los bailes tradicionales montubios. Eskeletra.
- Pascual, P. (2011). Lo monstruoso en los videos musicales de Floria Sigismondi y Chris Cunningham en los años noventa (1993-1999). [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=96611>
- Payne, M., & Rae, J. (2010). A dictionary of cultural and critical theory. Willey - Blackwell.
- Pedrosa, C. (2016). La estética y narrativa del video musical como representante del discurso audiovisual posmoderno [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/38085/>
- Peppers, S. (16 de 03 de 2016). La dictadura del videoclip. A rienda suelta / Blog Antena 3: <http://blog.rtve.es/riendasuelta/2016/03/jon.html>

- Pereira, A. (2002). *Semiótica y Comunicación*. Ediciones científicas Agustín Álvarez.
- Pereira, A. (2004). *Discurso televisivo y narrativa audiovisual: perspectivas hermeneúicas de la enunciación* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/2488>
- Pereira, A. (2004). *Las claves semióticas de la televisión*. Abya Yala - Corporación Editora Nacional.
- Pereira, J. (2009). *La fiesta popular tradicional del Ecuador*. Quito: La Tierra.
- Pérez-Ruffí, & José. (2017). El videoclip en internet: cambios de formato en su distribución online. *Razón y Palabra*, 574-605.
- Pérez, J. (Abril de 2011). Recursos formales en el videoclip actual: la opción mainstream. *Razón y Palabra*(75).
- Pérez, J., Gómez, F., & Navarrete, J. (2014). El videoclip narrativo en los tiempos de Youtube. *Sphera Publica*, 2 (14), 36-60.
- Puig, L. (2013). La polifonía en el discurso. *Enunciación*, 127-143.
- Rajas, M. (2014). Estrategias del discurso narrativo: participación activa del espectador en el relato cinematográfico. En L. A. Alves, P. Alvez, & F. García, *Aprender del cine: narrativa y didáctica* (págs. 41-68). Editorial Íconos 14.
- Randi Randi (2016, febrero 12). Programa 12. Salasacas [vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BCYxqbcqBi0>
- Reissenweber, B. (2014). Personaje: proyectar sombras. En A. Steele et al, *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. (págs. 47-84). Allba.
- Rey, J. (1996). *Palabras para vender, palabras para soñar*. Paidós.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas*. Gedisa.
- Rincón, O., & Estrella, M. (2001). *Televisión: pantalla e Identidad*. El Conejo.

- Rincón (2017, 02 de mayo) Entrevista a Omar Rincón para la revista Kult-ur. [Vídeo] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CuKvEGsf-X0&t=1438s>
- Rodríguez, J. (2014). Diseño de un modelo crítico-estilístico para el análisis de la producción videográfica musical de Andy Warhol como industria cultural [Tesis doctoral, Universidad de Huelva].  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=46365>
- Rodríguez, J., & Aguaded, I. (2013). Propuesta metodológica para el análisis del videoclip musical. *Quaderns del Cac*, 63-70.
- Roncallo, S., & Uribe, E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas*, 79-109.
- Rosales, J.L. (2020, febrero 07). Lengua kichwa se fortalece a ritmo de hip hop en un festival. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/lengua-kichwa-musica-hip-hop.html>
- Sádaba, I., & Rendueles, C. (2016). Metodología de análisis del espacio audiovisual on line: entre la innovación y la ansiedad de la novedad. *Empiria*, 105-124.
- Sánchez Navarro, J. (2006). *Narrativa Audiovisual*. Editorial UOC.
- Sánchez-Navarro, J., & Lapaz Castillo, L. (2014). ¿Cómo analizar un videoclip desde un punto de vista narrativo?. UOC.
- Sánchez, J. (2015). Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales. En R. Winocur, & J. Sánchez, *Redes sociales en México* (págs. 162-188). CONACULTA/FCE.
- Sánchez, R. (2011). *Montaje cinematográfico*. La Crujía.
- Saniz, L. (2008). El esquema actancial explicado. *Punto Cero*, 91-97.

- Santos, C. (1999). El modelo de análisis iconológico: propuesta aplicada al relato cinematográfico. *Revista de la SEECI*, 80-100.
- Schechner, R. (2012). *Estudios de la representación*. Fondo de Cultura Económica.
- Sedeño, A. (2007). El videoclip como mercanarrativa. *Revista Sigma*(16), 493-504.
- Sedeño, A., Rodríguez, J., & Roger, S. (2016). El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina de Comunicación Social*, 332-348.
- Sedeño, A. (2020). Videoclip musical y creatividad audiovisual: un análisis del canal de Music Video Land de Vimeo. *Revista Austral Comunicación*, 275-298.
- Selva, D. (2012). La visualización de la música en el videoclip. *Revista Ámbitos* (21), 101-115.
- Soto-Silva, I. (2017). Música como actividad sociopolítica. Discurso de resistencia en la música urbana mapuche williche. *Revistas Vórtex*, 01-19.
- Sulbarán, E. (2000). El análisis del film: entre la semiótica del relato y la narrativa filmica. *Opción* , 44-71.
- Tarín, M. (2016). La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclub [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/41734/>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós.
- Tobar, A. (1980). *Instrumentos musicales de tradición popular en el Ecuador*. Instituto Andino de Artes Populares.
- Tuldupay (2020, 31 de agosto). Datos biográficos de la banda [Información]. Facebook. [https://www.facebook.com/Tuldupay-330024190473178/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Tuldupay-330024190473178/?ref=page_internal)
- Unigarro, C. (2010). Producción audiovisual indígena, una experiencia de agencia política. Estudio de caso: del video indígena del Cauca [Tesis de maestría,

Universidad Andina Simón Bolívar].

<http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/2664>

- Vargas, E. (2020). Jams de Black Music en Buenos Aires: relaciones entre performance en vivo y sus mediatizaciones de Spotify. *Austral Comunicación*, 299-323
- Vilches, L. (2017). *Diccionario de teorías narrativas*. Caligrama.
- Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. Pirámide.
- Viñuela, E. (2004). El videoclip como producto de la interacción con otros géneros y medios audiovisuales y lingüísticos. *Archivum*(52-53), 539-550.
- Viñuela, E. (2008). La autoría en el video musical: signo de identidad y estrategia comercial. *Revista Garoza*(8), 235-247.
- Viñuela, E. (2013). El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet. *Musiker*(20), 167-185.
- Vogler, C. (1998). *El viaje del escritor*. Robinbook.
- Winiaypa (2020, mayo 22). *Biografía de la banda [Información]*. Facebook.  
<https://www.facebook.com/pg/Winiaypa/about/>
- Wolton, D. (2000). *Internet, ¿Y después?*. Gedisa.
- Wong, K. (2013). *La música nacional. Identidad, mestizaje y migración en el Ecuador*. Casa de la Cultura Benajmín Carrión.
- Zapata, J. (2016). La cultura popular: una discusión inacabada. *Razón y Palabra*, 788-802.
- Zeccheto, V. (2010). *La danza de los signos*. La Crujía.

## 9. ÍNDICES

### 9.1. TABLAS

<i>Tabla 1. Esquema del modelo narrativo de Jesús García Jiménez.</i>	67
<i>Tabla 2. Dimensiones de análisis de la acción en la estructura narrativa.</i>	81
<i>Tabla 3. Las dimensiones de análisis de la transformación dentro de la estructura narrativa.</i>	85
<i>Tabla 4. Síntesis explicativa sobre el análisis narrativo de un film.</i>	92
<i>Tabla 5. El ambiente dentro de la narración.</i>	92
<i>Tabla 6. Tipología de planos en el audiovisual.</i>	98
<i>Tabla 7. Posiciones de cámara en el lenguaje audiovisual.</i>	99
<i>Tabla 8. Movimientos de cámara, funciones y significado.</i>	101
<i>Tabla 9. Taxonomía para análisis de la representación en films o productos audiovisuales.</i>	114
<i>Tabla 10. Fases de preparación, filmación y montaje.</i>	115
<i>Tabla 11. Categorías de funcionamiento de la puesta en escena.</i>	116
<i>Tabla 12. Tres niveles de representación.</i>	119
<i>Tabla 13. Espacios fílmicos de Casetti y Di Chio.</i>	120
<i>Tabla 14. Situaciones en espacio y movimiento dentro del análisis de la representación.</i>	123
<i>Tabla 15. Ejes de organización y categorías de análisis del espacio cinematográfico.</i>	124
<i>Tabla 16. Las formas de organización del tiempo.</i>	126
<i>Tabla 17. Representación temporal anormal.</i>	127
<i>Tabla 18. Síntesis de las diversas categorías de análisis sobre el tiempo.</i>	128
<i>Tabla 19. Clasificación de la música tradicional en Ecuador.</i>	170
<i>Tabla 20. Músicos históricos y de nueva generación de la música andina indígena del Ecuador.</i>	180
<i>Tabla 21. Tipología de videos musicales según Jennifer Rodríguez.</i>	208
<i>Tabla 22. Diferencia entre videoclip narrativo y videoclip fílmico.</i>	214
<i>Tabla 23. Videos musicales que serán analizados en la tesis.</i>	236
<i>Tabla 24. Preguntas de investigación.</i>	237
<i>Tabla 25. Resúmenes conclusivos de los videos musicales analizados.</i>	452

### 9.2. IMÁGENES

<i>Imagen 1. Danzantes de la comunidad de El Batán - Imbabura en las fiestas del Inti Raymi.</i>	154
<i>Imagen 2. Músicos que están junto con los danzantes en las fiestas de Inti Raymi.</i>	155
<i>Imagen 3. Danzantes de la comunidad de El Batán toman simbólicamente la plaza central de Cotacachi en las fiestas del Inti Raymi.</i>	156
<i>Imagen 4. Danzantes de la provincia del Cotopaxi.</i>	171
<i>Imagen 5. Grupo de música andina "Villamarka" de la ciudad de Ibarra - Imbabura.</i>	176
<i>Imagen 6. Casas productoras de videoclips de la ciudad de Otavalo.</i>	222
<i>Imagen 7. Fotogramas del videoclip "Jahua Ñan", del grupo Mana Maymanda.</i>	255
<i>Imagen 8. Fotogramas del video musical "Kridayashka" de la agrupación musical Ñucachi Ñan.</i>	267
<i>Imagen 9. Fotogramas del videoclip "Olvidarte" del Grupo Achik.</i>	277
<i>Imagen 10. Fotogramas del videoclip "Nos vemos en la próxima vida" del grupo Charijayac.</i>	288
<i>Imagen 11. Fotogramas del videoclip "Unan las manos" del grupo musical Los Nin.</i>	298
<i>Imagen 12. Fotogramas del videoclip "Rina Cani" del grupo Winiaypa.</i>	308
<i>Imagen 13. Fotogramas del videoclip "Shungu Chakishka" de la agrupación Ñucanchi Ñan.</i>	318
<i>Imagen 14. Fotogramas del videoclip "Flor de mi corazón" de Amauta Ñanpi.</i>	330
<i>Imagen 15. Fotogramas del videoclip "Kusayu" del grupo Rimay.</i>	340
<i>Imagen 16. Fotogramas del videoclip "Rirkanki" del grupo musical Rimay.</i>	350
<i>Imagen 17. Fotogramas del videoclip "Orgulloso encanto" del grupo musical Amarak.</i>	359
<i>Imagen 18. Fotogramas del videoclip "Hilandera" del grupo musical Los Ñukanchis.</i>	368

<b>Imagen 19.</b> Fotogramas del video musical “Te buscaré” del Grupo Amaru.....	377
<b>Imagen 20.</b> Fotogramas del video musical “Mandarina” de la agrupación musical Yariway.....	387
<b>Imagen 21.</b> Fotogramas del video musical “Amarumi” de la agrupación musical La Mafia Andina. ....	397
<b>Imagen 22.</b> Fotograma del video musical “Tigramurkani” de la banda musical Azamakuna. ....	406
<b>Imagen 23.</b> Fotogramas del video musical “Sisagu” de la banda musical Tuldupay.....	416
<b>Imagen 24.</b> Fotogramas del video musical “Recuerdos” de la agrupación musical Charyk. ....	425
<b>Imagen 25.</b> Fotogramas del videoclip “Shuyashka Punlla” del Grupo Mana Maymanda.....	434
<b>Imagen 26.</b> Fotograma del videoclip “Kimsa Warmigu” de la banda musical Generación Runa Kay.....	443