

ELEMENTOS SEMIÓTICOS PARA CARACTERIZAR EL FUNCIONAMIENTO DEL IMAGINARIO
SOCIAL DE LA COMUNIDAD IMAGINADA Y VIRTUAL *TIRANOS TEMBLAD*
FERNANDO ANDACHT, FIC, UDELAR

1. INTRODUCCIÓN

La noción de “comunidad imaginada” con que Anderson (1983) explica el surgimiento de las naciones modernas en el siglo 19 ya no se sirve sólo de elementos rituales de lectura y de escucha compartidas, de periódicos e himnos patrios, sino que ha incorporado artefactos creados al instante por multitudes anónimas para ser compartidos por un número incierto de espectadores distribuidos a lo largo y ancho del planeta. Me refiero a los videos caseros que sus creadores no profesionales colocan en la red social YouTube apenas los filman. Ese heterogéneo material audiovisual es la materia prima de *Tiranos Temblad. Resumen de Acontecimientos Uruguayos (TT de ahora en más)*, un programa semanal de YouTube que surgió en diciembre de 2012. Además de su carácter amateur, el rasgo común de los fragmentos de videos que componen cada entrega es el poseer como su tema explícito o escenario tácito la vida cotidiana en Uruguay, y una actitud hacia el país que oscila entre la satisfacción y la euforia irrestricta. La extrema banalidad o el carácter ridículo de lo representado cada semana en las imágenes del collage que edita *TT* parecería *a priori* incompatible con un sentimiento que fue parangonado con “una religión secularizada cuya elaborada liturgia, símbolos y acciones masivas se han integrado a la vida cotidiana de la gente” (Elgenius, 2005: 26). A la no seriedad de la materia prima de *TT* se suma el peculiar tono del comentarista, cuya voz en off acompaña las imágenes del inicio al fin de cada entrega, lo cual crea un efecto de comicidad que analizo abajo. La hipótesis del artículo es que, desde la parodia, *TT* es una expresión de post-nacionalismo en la era de internet, un revisitar irónico pero no despreciativo del patriotismo. En un sentido

análogo al de Corner (2002) cuando propone que ingresamos a una “cultura post-documental” televisiva que incluye el reality show como variante popular del respetado género fílmico bautizado por John Grierson hace casi un siglo (1926), postulo una cultura del post-nacionalismo post-documental para analizar el género y el significado del programa de YouTube *TT*. La designación no supone la superación de ese poderoso y ubicuo sentimiento colectivo, sino la incesante redefinición del concepto de política como discurso ciudadano: “El *logos politikos* no es un código singular o un texto original, sino un proceso creativo mediante el cual muchos hablantes y públicos colaboran para inventar afirmaciones cada vez más elocuentes sobre quienes ellos son y lo que deben hacer” (Hariman, 2008: 260).

¿Por qué estudiar signos no serios, paródicos, para abordar algo tan importante como la comunidad imaginada uruguaya en la segunda década del siglo 21? Para responder esta pregunta e intentar corroborar mi hipótesis, propongo un análisis semiótico de una forma alternativa de imaginarse lo social, una ideología identitaria que es propia de los nuevos dispositivos tecnológicos. Uso aquí ‘ideología’ no como algo que hoy el construccionismo social busca desenmascarar (Hacking 1999), sino según la define Mannheim (1960/1936) “la totalidad de la estructura del mundo intelectual que pertenece a un grupo social en una situación histórica dada” (Mannheim 1960:52). Mediante el abordaje cualitativo de la significación de un reducido corpus de episodios de *TT*, analizo el proceso de significación de lo que devino un fenómeno popular con muchos seguidores dentro y fuera del país¹. Sobre la artificialidad de los dispositivos tecnológicos con que se imagina la nación, coincido con Anderson (1983) en que la nación es “inventada allí donde no existe”, pero eso no la vuelve inauténtica; ella “es imaginada porque los miembros de hasta la más pequeña nación nunca conocerán a la mayoría de sus compatriotas ni los encontrarán, o siquiera oirán sobre ellos, pero en sus

mentes vive la imagen de su comunión.” (Anderson, 1983:6) Para que la invención de la comunidad nacional ocurra debe cultivarse un estilo, elegir signos materiales con los que imaginar los límites y la identidad colectiva de quienes dentro de ellos habitan. Otro tanto ocurre con los que no pertenecen a ella pero imaginan esa nación como un lugar deseable. De eso tratan los episodios de *TT* con su abigarrada y estrafalaria mescolanza audiovisual.

2. EL DISCRETO ENCANTO DE UNA VOZ ANODINA

Uno de los objetos parodiados por *TT* es el obstinado (¿y universal?) afán de representar(se) realizando diversas y banales actividades, desde adentro y desde afuera de Uruguay. El enunciador de *TT* ejerce una mirada paródica más empática que crítica de videos hechos por uruguayos en su país o fuera de él - una ‘visión centrípeta’ de la nación - y de videos igualmente numerosos de extranjeros de visita en Uruguay o que con más o (casi siempre) menor acierto procuran describirlo desde afuera - una ‘visión centrífuga’. Ambas visiones exhiben un alto grado de banalidad. La “intrascendencia” es el rasgo distintivo que busca Agustín Ferrando, según confiesa en una entrevista el creador uruguayo de la serie *TT* (Pereyra, 2013). La selección, edición y el comentario de la voz en off de su productor/presentador conforman una operación semiótica que desde su subtítulo viola la regla fundacional del género informativo televisado, que es otro objeto parodiado. Con un estilo reminiscente del humor impávido (*deadpan*) asociado al actor de cine mudo Buster Keaton (1895-1966), el tono impertérrito, inexpresivo del enunciador lo vuelve un improbable pero insustituible guía del viaje semanal de *TT*, cuando conduce a sus espectadores en una travesía audiovisual idiosincrática y humorística.

El de *TT* no es, sin duda, el tradicional “discurso público”, la palabra solemne enunciada desde el poder y un blanco clásico de la parodia, sino

un discurso audiovisual confesional, exhibicionista, y orgulloso del propio espacio íntimo-cotidiano, o uno admirativo que proviene del Otro más o menos lejano. Hoy hay algo inédito antes de internet: publicidad no comercial, no corporativa que surge de un impulso espontáneo y colectivo que encuentra en YouTube su tecnología favorita para filmar el cine de su vida en la “República del Entretenimiento” (Gabler 1998). Mi análisis se ocupa de ambos universos de discurso: el político y lo que suele describirse como humor político. La importancia creciente de la producción audiovisual casera más o menos espontánea que ingresa a la red social YouTube impide ignorar el fenómeno. El video doméstico aspira a ser considerado auténtico, un atributo apreciado en la cultura mediatizada de hoy. Por ello “la risa moderna es una reacción a la experiencia de mediación” (Hariman, 2008: 261). La parodia de *TT* apunta su mirada desequilibrante hacia tal pretensión; revela por duplicación y comentario impávido la convención, lo previsible, lo rígido y por ende no espontáneo de las producciones caseras, no comerciales pero inevitablemente cargadas de regularidad, sean sus productores conscientes de ellas o no. En lo que sigue, busco demostrar cómo el difuso o vehemente orgullo nacionalista presente en diverso grado en los videos del collage semanal de *TT* es parodiado. El fin no es destruirlo sino redefinirlo como un sentimiento post-nacionalista capaz de tolerar esta exposición cómica del dispositivo mediático de invención de la comunidad imaginada como una creación humana, falible, y por ende perfectible. La nación imaginada ya no sería algo por lo cual matar o morir (Anderson 1983:7), sino un material con el cual reflexionar sobre su cambiante significado.

3. UNA VENTANA AL IMAGINARIO SOCIAL COMO CAMBALACHE

En un trabajo previo (Andacht 2001), estudié el pequeño rectángulo verbal y visual del sello postal como un acceso signico privilegiado a los rasgos soñados, a la ideología subyacente de la nación

cuyo nombre ostenta, a su vasto imaginario social. Aunque no lo incluye Anderson (1983) entre los dispositivos de invención de la nación moderna, el sello también es parte (quizás menor) de “la extraordinaria ceremonia masiva” (Anderson, 1983: 35) de contemplar un signo identitario común. Y lo que es válido para actos colectivos de consumo de “la presentación de simultaneidad en un tiempo homogéneo, vacío”, como leer el periódico, ese “best-seller de un día” (Anderson, 1983: 35), también es útil para entender cada episodio de *TT* como video viral de una semana. Encuentro justificación de la relevancia de considerar estos diversos signos materiales en la premisa de Anderson de que “las comunidades han de ser distinguidas, no por su falsedad/autenticidad, sino por el estilo con el cual éstas son imaginadas” (Anderson, 1983: 6).

Si el proverbial marciano observase un programa típico de *TT*, lo más llamativo para este espectador neófito sería la mezcla promiscua de fragmentos de video. Aunque hay un orden subyacente en la aparente anarquía, su composición impacta a un recién llegado: ‘dos hermanos leen un libro de dinosaurios; una tía recitó (a la poeta uruguaya) Juana de Ibarbourou; un perro soñó; un grupo de quinceañeras enmascaradas bailó; un grupo de hombres transportó ladrillos’ (*TT* # 70). A este abigarrado prólogo, le siguen imágenes de euforia de jóvenes extranjeras de paseo en algún lugar del campo uruguayo; de una joven que hace “un bailecito” apreciativo en homenaje al país, también en el interior; dos avisos, uno japonés y otro alemán de refrescos a base de o con el nombre “mate” - la tradicional bebida uruguaya - en su etiqueta, una serie de inventos dispares que yuxtapone absurdos artefactos caseros al diseño de ingeniería de un inventor solitario. Sin transición desfilan luego “un perro que se queda inmóvil en un muelle (que se nos informa ya estuvo en *TT*); un hombre enseñó a hacer un repelente casero”. La cascada heterogénea de fragmentos de videos editados crea la impresión de que la duración promedial de *TT* - de 7 a 14 minutos - fuese mayor. El cierre del episodio

reitera el recurso: “Y nos vamos con los momentos *what-the-fuck* de la semana: la gata mulita, esta mano que fue comiendo nubes por la ruta.”

Parece apropiado describir el turbulento collage semanal de *TT* con la figura retórica de la ‘enumeración caótica’ con que Spitzer (1945) analiza la poesía de Walt Whitman, que “acerca violentamente unas a otras las cosas más dispares, lo más exótico y lo más familiar, lo gigantesco y lo minúsculo, la naturaleza y los productos de la civilización humana como un niño que estuviera hojeando el catálogo de una gran tienda” (Spitzer, 1945: 26). Un modo próximo a la cultura popular de describir el catálogo anárquico de *TT* es el tango *Cambalache* de Enrique Santos Discépolo, estrenado en 1934 (Andacht, 1996). Su letra nos habla del caos temible de la vida moderna del “siglo 20 problemático y febril”, y describe así el símil del título: “Igual que en la vidriera irrespetuosa/De los cambalaches/Se ha mezclado la vida,/Y herida por un sable sin remaches/Ves llorar la biblia contra un calefón.” Además de violar el principio de relevancia de un informativo televisivo en su composición y en su título - el uso paródico de “acontecimientos” - la lista de hechos banales seleccionada cada semana ignora de modo flagrante el criterio de ‘narratividad’ de Labov y Waletzky (1967), aquello que vuelve la estructura de un relato algo digno de ser contado en una conversación: “qué sucedió y por qué vale la pena contarlo” (Bruner, 1991:12). La anti-narrativa de *TT* celebra el *Cambalache* icónico del siglo 21: YouTube.

Tras la avalancha inclasificable de lo acontecido en Uruguay del comienzo, una frase ritual dicha con tedio y resignación: “Otra semana en Uruguay” marca el inicio de la clasificación, llegan las categorías fijas de *TT*. Persisten los artículos indefinidos del enunciador (unos jóvenes, una pareja, un cantante, unos hombres), pero hay mayor especificidad y nombres propios tomados del título original de cada video. Cabe destacar que el título del video citado es reproducido en el ángulo inferior derecho. Un componente de la parodia verbal es la reiteración textual de lo dicho

por otro (Rossen-Knill y Henry, 1997:723); eso yuxtapone el estilo parodiado y el estilo que parodia. También se ha traspuesto el fragmento en un collage, un contexto diferente del planeado para el video parodiado. El híbrido que resulta del video citado, la glosa verbal, más el contexto englobante del episodio de *TT* produce el efecto cómico de la parodia. Estas son las categorías o secciones estables que poseen un cartel propio, y para las que el narrador elige y consagra uno (o más) videos: ENIGMA; MOMENTO INCÓMODO; MOMENTO AHHHH, COINCIDENCIA, y CRACK. Todas ellas se completan con la frase en inglés “*OF THE WEEK*”, pero al enunciarla, el comentarista lo hace en español (“de la semana”). El uso del inglés escrito es una alusión irónica al mundo globalizado al que Uruguay ingresó con timidez desde su posición periférica. La canción que acompaña la apoteosis del CRACK semanal, a la que se une el invisible comentarista, es ejecutada en español con estrafalaria solemnidad. Hay además una sección *sui generis* que no busca clasificar un único video ni posee un cartel propio; se la introduce cerca del final de cada episodio: “los momentos what the fuck the la semana”. Un rasgo común a todas las categorías es el carácter ostensivamente trivial, insignificante de los videos así clasificados, pues lo banal es lo que define la ideología de *TT*. Voy a detenerme en la categoría que instaura el clímax del programa², pues se encarga de celebrar una proeza o su contrario, como veremos. Una frase ritual introduce al *CRACK of the Week*: “Y los postulantes a Crack de la semana son”. La lista de candidatos a ser merecedor/es de la (no tan) singular distinción reitera el tropo de la enumeración caótica, con efecto de comicidad, pues incluye seres animados - humanos y animales - e inanimados. Algunos de sus aspirantes son: “una excavadora sirvió agua en un mate”; “estos gusanos saltarines que aparecieron en un morrón” (*TT* #70); “la silla Jessie” de fabricación nacional, cuyo video muestra cómo ese mueble resiste todo tipo de ataque sin romperse (*TT* #21). No es inusual que el enunciador transgreda sin inmutarse o explicar su motivo lo

que define esa categoría, a saber, la supuesta virtud o excepcionalidad de quien merece ser aclamado *el/la crack* de la semana. Así, vemos el esfuerzo de unas jóvenes para sacar un sofá por la ventana, y acto seguido el narrador decide que quien merece la aclamación sonora y visual (dos copas rodeadas de laureles, Fig. 1) es la única joven del grupo que sin haber ayudado a sus amigas, corrió veloz para ser la primera en sentarse en el sofá (TT #35).



Figura 1

Otras veces se corona a varios aspirantes por sus actos esforzados, sean estos exitosos o no, en lugar de consagrar a un campeón solitario. La parodia actúa con singular eficacia en esta nación: Uruguay aún venera el recuerdo de su irrecuperable gloria deportiva: el legendario triunfo de la selección nacional de fútbol en el Estadio de Maracanã ante la de Brasil, en la final de la Copa del Mundo de 1950. El acto de coronar a varios en vez de glorificar al mejor, o el gesto de celebrar una anti-hazaña parodia la anhelada y siempre esquiva victoria mundial y deportiva que forma parte de la identidad nacional. Aunque aquella improbable conquista deportiva del pequeño David frente al Goliat regional sea irreplicable (Andacht 2002), ella posee hondas raíces en la comunidad imaginada uruguaya.

4. CATEGORÍAS PEIRCEANAS PARA LAS CATEGORÍAS DE TT

Para abordar el ámbito estética del nacionalismo que es la comunidad imaginada recurro a las categorías fenomenológicas que son la

base de la multiforme y plurifuncional acción sígnica o semiosis del modelo teórico ideado por Peirce. La más simple valencia de la experiencia es la *Primeridad*, un elemento cualitativo absoluto y posibilista; la *Segundidad* remite a todo lo que existe, reacciona y afecta nuestra percepción; la *Terceridad* corresponde al régimen general de la representación, que involucra algún propósito, seamos o no conscientes de ello (CP 1.532)³. Las categorías se aplican recursivamente a sí mismas. Propongo analizar la imaginación colectiva que engendra la nación moderna como “la Primeridad de la Terceridad, el peculiar sabor o color de la mediación” (CP 1.533). Para analizar la ideología que ponen en escena los episodios de *TT* con su estilo paródico uso el término ‘Mentalidad’ (CP 1.533.), que emplea Peirce para describir la dimensión cualitativa de toda ley o regularidad, como lo es el nacionalismo, que en clave irónica colorea el caótico collage de YouTube. Su título puede intrigar a un extranjero, pero no a un uruguayo, y menos aún a quien como el que esto escribe vivió los duros años de plomo de la dictadura militar en Uruguay (1973-1985). La frase “tiranos temblad” pertenece al estribillo del himno nacional, artefacto semiótico al que Anderson (1983) le atribuye poder engendrador de la comunidad imaginada, y agrego, de la ideología nacional o ‘Mentalidad’. El anacrónico imperativo plural “(vosotros) temblad” ya no se usa en el español rioplatense, pero conserva valor ceremonial. En dictadura, en días feriados, al ejecutarse el himno en espacios públicos (ej. un cine), apenas esa porción del himno patrio se gritaba con vehemencia e inequívoco sentido de repudio al régimen de facto, que reprimía con ferocidad toda forma de oposición explícita. Con su estilo vocal impávido, *TT* retoma en clave de parodia aquel sentimiento de rebeldía patriótica sofocada, y lo convierte en (son)risa irónica que resignifica la noción misma de nacionalismo y de política en tiempos de paz, y de redes sociales regidas por el entretenimiento. La suya es una *Mentalidad* o sabor de la mediación muy diferente de la que imperaba en tiempos del terrorismo de Estado. No

es casual que además de tomar prestado ese elocuente fragmento de la canción litúrgica de la nación, la imagen inaugural de *TT* consista en un rediseño lúdico de la bandera, donde el ícono clásico del sol, con rayos geométricos y flamígeros, se instala encima del título del programa (Fig. 2), para desde allí auspiciarlo.



Figura 2

Aunque en su mayoría los videos seleccionados para editar *TT* exhiban personajes anónimos haciendo algo banal, a veces irrumpe una celebridad en la caótica lista. Cuando eso ocurre, no se la representa como tal, en una actuación glorificante, sino de modo oblicuo, captada por una cámara amateur, y retratada en una acción inusual, ajena a su fama. Tal es el caso del video del músico Steven Tyler de gira en el país con su grupo Aerosmith, quien “luego de tocar para miles de personas terminó revisando un contenedor en la Ciudad Vieja” (*TT* # 35). El clímax del video llega con un comentario que vuelve explícito lo que postulo como significado central del programa: “Llegó siendo una estrella y se fue siendo una persona humilde”. El narrador parodia así la proverbial modestia uruguaya, la jactancia negativa, el acto de jactarse de no jactarse de supuestas virtudes integra el imaginario social mesocrático uruguayo, una Mentalidad que exalta la ausencia de exaltación, la medianía, el no sobresalir como un rasgo identitario colectivo clave (Andacht, 2002). Cabe recordar que en ningún momento vemos la imagen del enunciador. Ese comentario de *TT* culmina con una cita

musical que aparece en casi todos los episodios; se trata de la composición *Uruguay* del violinista y compositor ruso Aleksey Igudesman. Su video muestra al compositor acompañado de una orquesta sinfónica juvenil de Austria cantando de modo exuberante y rayano en la comicidad absurda: “¡Uruguay es el mejor país, mejor que Francia y mejor que París!”. Con su habitual tono impávido, el narrador de *TT* afirma que el extraño acto del músico S. Tyler - clasificado como “*ENIGMA of the week*” - es “una prueba más de que” y entonces llega el remate del meme musical que exalta la nación con desmesura e inconfundible acento extranjero⁴. Pocos elogios superan el de la humildad en la comarca imaginada mesocrática: el deseo de no destacarse, de ser uno más de la colectividad como virtud cardinal nacional habría afectado a la estrella mundial de rock en su primer visita al país. La irónica exaltación de la ideología nacional de la supuesta conversión del líder de Aerosmith en un mesócrata muestra cómo “La parodia crea y alimenta la consciencia pública antes y sobre todo por exponer las limitaciones de los discursos dominantes: ella contrarresta la idealización, el encantamiento mítico y otras formas de hegemonía” (Hariman 2008: 253).

En base al material presentado del programa de YouTube *TT*, creo que hay elementos suficientes para sustanciar la hipótesis formulada al inicio del texto: la edición comentada de citas de videos heterogéneos, excéntricos y ostensiblemente triviales, con sus miradas centrípetas y centrífugas sobre la nación uruguaya, posee como significado central el post-nacionalismo, un revisitar irónico del patriotismo en tiempos de redes sociales. En la teoría de Peirce, el significado corresponde a la noción del *interpretante* del proceso de semiosis y se define como “un efecto mental o pensamiento” del signo (CP 1.564). Lejos de ser algo fijo, como sostuve en relación al

cambiante alcance del discurso político, el sentido es parte de un metabolismo lógico inseparable de la temporalidad: “el signo se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o quizás un signo más desarrollado. Ese signo que crea yo lo denomino el interpretante del primer signo” (CP 2.228). Dicho de modo sintético: “los símbolos crecen” (CP2.302). Por eso, propongo que los programas de *TT* son interpretantes legítimos de la actual ideología nacional uruguaya; aunque sería más justo decir ‘legitimados’, si tomamos en cuenta el alto número de visitas a su canal de YouTube, y los numerosos comentarios entusiastas. La comunidad imaginada por *TT* es una de las formas en que se imagina a sí misma hoy ese colectivo político latinoamericano. Comenzar a entender cómo se producen esos signos, y qué posibles consecuencias políticas eso tiene ha sido el propósito de este texto. No creo casual que el momento histórico en que aparece *TT*, su irrupción y crecimiento en popularidad coincida con el inusual prestigio de la marca-país Uruguay, a causa de la popularidad de quien fue descrito por medios internacionales como “el presidente más pobre del mundo” (José Mujica, 2010-2015), y de varias leyes aprobadas durante su mandato (ej. legalización de la marihuana), según lo estudia Kanarek (2015), en prestigiosos periódicos de Europa y Estados Unidos. Puede interpretarse que frente a esta amenaza a la *Mentalidad* tradicional, surgiera esta suerte de antídoto semiótico para preservar los límites tradicionales de la comunidad imaginada y de su ideología, de un modo nada tradicional.

NOTAS

¹ El número promedio de visitas a cada episodio de *TT* es de 100.000.

² El criterio de selección para integrar las otras categorías es menos interesante para este estudio, pues es deudor de la taxonomía de la red social YouTube, por ejemplo, los videos ‘enternecedores’ con niños o mascotas, o los que muestran toda clase de accidentes ridículos en el orden de interacción.

³ Uso el modo convencional de citas a la obra de Peirce: x.xxx remite a la edición de *The Collected Papers of C. S. Peirce* (1931-1958).

⁴ Pensé en usar la noción de ‘mirada acentuada’ para el conjunto de perspectivas reunidas en los episodios analizados de *TT*, pero podía confundirse con el concepto de Naficy (2001), quien emplea el término de “cine acentuado” para describir la producción de cine alternativo, ajeno al aparato hegemónico de cuño hollywoodense.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDACHT, F. (2002) Integración/desintegración: nuevos signos de identidad en el Mercosur. En: G. de Sierra (ed.) *Los Rostros del MERCOSUR. El difícil camino de lo comercial a lo societal*, Buenos Aires: Clacso, 309-340.
- ANDACHT, F. (2001) L’imaginaire d’un petit pays. Approche Sémiotique de l’identité sociale à travers des timbres postes. *Protée* 30 (2), 9-22.
- ANDACHT, F. (1996) Cambalache y creación: semiosis de la primeridad. *Signa* 5, 52-60.
- ANDERSON, B. (1983) *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- BRUNER, J. (1991) The narrative construction of reality. *Critical Inquiry* 18, 1-21.
- CORNER, J. (2002) Performing the real. Documentary diversions. *Television & New Media* 3 (3): 255–269.
- ELGENIUS, G. (2005) Expressions of nationhood: national symbols and ceremonies in contemporary Europe, PhD Thesis, *LSE Theses Online*: <http://theses.lse.ac.uk/638/> Retirado: 05.02.2016.
- GABLER, N. (1998) *Life the movie. How entertainment conquered reality*. New York: Vintage.
- HACKING, I. (1999) *The social construction of what*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- HARIMAN, R. (2008) Political Parody and Public Culture. *Quarterly Journal of Speech* 94 (3), 247-272.
- KANAREK, J. (2015) For export del Uruguay. Representación, resignificación e imaginario social de un país pequeño en medios de prensa del mundo. Tesis de Maestría en Comunicación, Univ. Católica del Uruguay, Montevideo.
- LABOV, W. y WALETZKY, J. (1967) Narrative Analysis: Oral versions of personal experience. En: J. Helm (ed.) *Essays on verbal and visual arts*. Seattle: University of Washington, 12-44.
- MANNHEIM, K. (1960/1936) *Ideology and Utopia*. London: Routledge & Kegan Paul.
- NAFICY, H. (2001). *An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking*. Princeton, N.J.: Princeton University Press
- PEIRCE, C.S. (1931-1958) *The Collected Papers of C. S. Peirce*. C. Hartshorne, P. Weiss, A. Burks (eds.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- PEREYRA, G. (2013) Entrevista a Agustín Ferrando. Programa de TV *En la Mira* (27.04.2013) <https://www.youtube.com/watch?v=GA9ARpauENI>
- ROSSEN-KNILL, D.F.; HENRY, R. (1997) The Pragmatics of Verbal Parody. *Journal of Pragmatics* 27, 719-752.

SPITZER, L. (1945) *La enumeración caótica en la poesía moderna*. Trad. R. Lida. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras. Inst. de Filología/Casa Coni.

REFERENCIAS A LOS EPISODIOS CITADOS DE *TIRANOS TEMBLAD. RESUMEN DE ACONTECIMIENTOS URUGUAYOS* (= *TT*)

TT # 21 (12/05/2013 al 01/06/2013) https://www.youtube.com/watch?v=4_jFflmtDc8

TT # 35 (06/10/13 al 12/10/13) <https://www.youtube.com/watch?v=kPPS93dyF6Y>

TT # (70 03/08/15 al 23/08/15) <https://www.youtube.com/watch?v=riU7JzkQhAc>