

RAMA LITERARIA

Semiótica y teoría de la comunicación

David Silveira Toledo

LOS TÍTULOS EN EL CINE CUBANO, ¿QUÉ NOS DICEN?

En el conjunto sistémico que tipifica al discurso cinematográfico el elemento lingüístico ocupa un papel de gran importancia. Muchas veces subestimado, su estudio enriquece en gran medida el conocimiento de la obra, aportando relevantes aspectos que contribuyen a un análisis más completo.

Dentro del contexto lingüístico, el título aparece como la portada de presentación de la película ante el receptor de la misma.

Más allá de ‘marcar el comienzo’ del filme, este texto aporta diferentes lecturas que muestran, tanto las características, gustos y preferencias de un momento histórico concreto, como las peculiaridades estéticas de los autores de la obra.

Ofreceremos entonces un acercamiento inicial a los títulos en el cine cubano como punto de partida a posteriores análisis que profundicen en este aspecto tan poco tratado en los estudios del 7mo. Arte.

Beatriz Angeles
Ociel Flores
Susana Arroyo

TRIÁNGULO. UN TEXTO: TRES PERSPECTIVAS

La presente comunicación propone una alternativa innovadora de análisis que no se limite a un área específica del conocimiento como tradicionalmente sucede.

Los autores señalamos que existe una categoría de textos que escapa a los géneros convencionales cuyas características exigen estudios multidisciplinarios. Los textos a los que nos referimos vuelven parcial cualquier intento de observación a través de una sola perspectiva; su semiosis es ilimitada por lo que requieren de la presencia de una mirada a la vez comunicativa, semiológica y poética.

El objetivo de nuestra propuesta es que estudiantes y profesores aprovechen los puntos de convergencia que ofrecen este tipo de materiales y que se establezca una conversación en la cual disciplinas diversas como la Semiótica, la Teoría de la Comunicación, la Crítica Literaria y la Poética, pueden hacer revelaciones sorprendentes.

El resultado final de estos estudios permitirá plantear una alternativa a las materias que se imparten en las carreras humanísticas del Sistema Tecnológico de Monterrey.

Edivaldo J. Bortoleto

AMÉRICA LATINA: SIGNO BARROCO

Este ensayo quiere enfrentar la cuestión de Latinoamérica y el Caribe desde la perspectiva de una Semiótica Filosófica o de una Filosofía Semiótica en diálogo con la literatura hispano-barroca, con el objetivo de buscar, a partir de articulaciones y conexiones, una “nueva comprensión” de Latinoamérica y el Caribe, a fin de estatuir o fundar “una nueva manera” de pensar este complejo real que es nuestro continente.

Aproximarse a la literatura hispano-barroca, supone fundamentalmente indagar la cuestión: ¿el Barroco, como elemento-clave y valor-fuerza, puede ayudarnos a pensar sobre la cuestión del estatuto de la filosofía latinoamericana y caribeña?

Para esto, se hace necesario colocar mínimamente el estado actual de la cuestión del Barroco en Latinoamérica y el Caribe, en aquellas perspectivas que fueron reveladas por Alejo Carpentier, José Lezama Lima y Severo Sarduy. O sea considerar que a pesar de ser el Barroco una estética importada, aquí él fue apropiado y transformado. A diferencia del Barroco europeo que es más ideológico, el Barroco latinoamericano será pleno, dinámico, asociado a las culturas periféricas. Esto le posibilitará a Lezama, por ejemplo, hablar del Señor Barroco, que constituirá el arte de la contraconquista: “El primer americano que va surgiendo dominador de sus caudales es nuestro señor barroco.”

Rosángela Francischini

**ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS COGNITIVO-
DISCURSIVAS EN SITUACIONES
INTERACTIVAS**

El análisis de la dinámica de las relaciones intersubjetivas en los procesos de construcción del conocimiento, fundamentado en el concepto de Zona de desarrollo Proximal, implica, como fue señalado por Góes (1997) “tensiones y contaminaciones múltiples”.

Considerando que el proceso de construcción del conocimiento involucra interacciones sociales caracterizadas por cooperación y participación mutuas, mas también por tensiones y conflictos, en este trabajo nos proponemos analizar la construcción del texto.

El corpus de la investigación está compuesto por cuatro narraciones producidas en parejas (por lo tanto por ocho niños), alumnos regulares de la 2^a. Serie de la enseñanza fundamental de una Escuela Pública.

El análisis deberá recaer sobre las formas de participación de los niños y de la investigadora, incluyendo tanto las situaciones de producción en que no hubo interferencia de la misma, como aquellas en que esa interferencia determinó la reelaboración.

Yazmín Endis

Julio César Jiménez

IMAGEN Y TEXTO EN EL ESTILO PUBLICISTA

El trabajo persigue considerar y/o estudiar de forma incipiente, los caminos actuales del estilo publicista, desde su génesis de uso hasta la incidencia sobre el mercado (igualado al concepto de lector) y su validez como lenguaje no articulado pero en plenitud de facultades comunicativas.

De forma general analizamos la imagen como mecanismo publicitario basándonos en la tesis de que en su elaboración se advierte el mismo patrón de una crónica propagandística; esto aparece determinado por una razón lógica: al representarse en la imagen un producto, es imprescindible por parte del comprador (lector) el reconocimiento a priori de las cualidades del mismo, por lo que resulta necesaria la clarificación de los rasgos positivos y tentadores de él.

Algunos pudieran pensar que es sencilla y sin complejidades la tarea de comunicar a través de imágenes y algún que otro pequeño texto lo que en ocasiones tomaría más de cincuenta palabras; y es todo lo contrario, pues su triunfo radica en buscar el código perfecto, la palabra perfecta para que el comprador (lector) no llegue a interpretaciones erróneas.

Perseguimos demostrar cómo este estilo va a responder a códigos impuestos por la sociedad a través de todos los tiempos y, por tanto, no podría verse jamás como un proceso estático, dogmáticamente codificado y exento de variaciones (tómense en cuenta aquí los intereses de quienes representan y del lector); así que en él nunca será una obligatoriedad la presencia de un texto lingüístico para lograr comunicar.