



ento de Artes y Letras, Jorge Sánchez Villarroel, expuso la ponencia titulada “Modelo comunicacional básico y seis aplicaciones para el análisis semiolingüístico de productos mediáticos, culturales y telemáticos”, en la mesa 85 del nodo temático “Perspectivas teóricas y metodológicas”, en el Centro Cultural General San Martín de Buenos Aires. Igualmente, Sánchez Villarroel participó en el XI Congreso Internacional Chileno de Semiótica.

El 14° Congreso Mundial de Semiótica de la Asociación Internacional de Semiótica fue organizado por la Asociación Argentina de Semiótica y la Universidad Nacional de las Artes, en Buenos Aires, simultáneamente en varias locaciones de la ciudad.

El evento tuvo una asistencia de más de 700 investigadores de 45 países, quienes participaron en 237 mesas y 24 conferencias plenarias, estas últimas, a cargo de los máximos especialistas de la disciplina semiótica en la actualidad.

El académico Jorge Sánchez explicó que “el trabajo presentado se inscribe en la tendencia de ampliar los horizontes de aplicación de las teorías y métodos de análisis de la Semiótica al ámbito de la Educación, y en particular, a lo que hemos definido como ‘proceso de funcionalización pedagógica de productos mediáticos, culturales y telemáticos’. La comunicación expuesta es el resultado de años de investigación, y muestra el desarrollo de un modelo básico, y seis extensiones específicas, destinadas

al análisis a la vez semiótico y lingüístico de campañas publicitarias, telenovelas, ciclos noticiosos, cine, drama-teatro, y la red social Instagram. El empleo de esta propuesta se prevé para la formación inicial universitaria de profesores y profesoras de Lenguaje y Comunicación, y posteriores en actividades de perfeccionamiento docente”, describió.

El investigador UBB ilustró que el modelo básico y sus desarrollos se estructuran a partir de dos planos comunicativos (externo e interno). “El primero está compuesto por las categorías: emisor externo, receptor externo, referente externo y contexto. El segundo lo componen las categorías: emisor interno, receptor interno, referente interno y las dimensiones propias de cada tipo de producto. Dichas categorías se actualizan en entidades comunicacionales específicas de los productos mediáticos, culturales y telemáticos sometidos al análisis”, aseveró.

XI Congreso Internacional Chileno de Semiótica

El académico Jorge Sánchez también expuso en el XI Congreso Internacional Chileno de Semiótica de la Asociación Chilena de Semiótica, que fue organizado por el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile en el campus Juan Gómez Millas, Santiago. El evento contó con la asistencia de 100 investigadores, quienes participaron en 17 mesas y 3 conferencias plenarias.

El académico Jorge Sánchez Villarroel presentó el trabajo denominado “Propuesta de un modelo semiótico comunicacional integrado para el análisis del texto literario dramático y la producción espectacular teatral”.

“Este modelo ha sido diseñado para su empleo en la formación de profesores, para desarrollar procesos de funcionalización pedagógica. En la formación teatral, el modelo permitirá la visualización de los sistemas de significación que conforman la puesta en escena, incluyendo la actualización del texto literario dramático. El modelo se estructura en torno a dos situaciones de comunicación: (a) una externa a ambos productos, y (b) dos internas, que nos informan, por una parte, de la dimensión literaria y, otra, de la dimensión espectacular del fenómeno teatral”, sostuvo el investigador del Departamento de Artes y Letras.



Aplicación móvil con realidad aumentada es apoyada por la Unidad de Emprendimiento UBB



Iván Valencia y Fernando Toledo Moreno son jóvenes que recientemente han adjudicado un proyecto Semilla Expande de Corfo por \$25 millones, y están con todas las ganas de consolidar sus conocimientos en un emprendimiento tecnológico, a través de su iniciativa denominada IMPACT AR, consistente en una aplicación de realidad aumentada interactiva disponible para teléfonos móvil Android e iOS, con este impulso llegaron a la Unidad de Emprendimiento de la UBB en busca de patrocinio.

Por Dagoberto Pérez.

A través de marcadores (target) personalizados permite dar a conocer productos o servicios a los potenciales cliente por medio de animaciones 3D.

“Nuestra aplicación móvil pone a disposición diversos catálogos, en los que se destaca la difusión de actividades culturales, de productos, capacitaciones, estrategias de marketing digital, de revistas”, indica Iván Valencia director general del proyecto.

Y agrega que IMPACT AR permite abarcar diversas áreas del mundo cotidiano para llevarlo a la tercera dimensión, acercando a las personas a conocer de manera didáctica e inmersiva los productos y servicios que ofrecen los potenciales clientes.

Actualmente la aplicación permite gestionar el contenido de manera remota sin que exista necesidad

de actualizar el software por cada cambio, mejorando con este el rendimiento y consumo de datos de los usuarios finales.

Esta iniciativa está pensada para quienes quieran dar a conocer sus productos por medio de animaciones 3D. “Nuestra fuente de ingreso será la venta de paquetes de contenido 3D, vitrina destacada, publicidad dedicada en banner como en notificaciones través del perfilamiento del público”, resalta Valencia.

Por su parte Fernando Toledo, Ex Alumno de la Carrera de Ingeniería Civil en Informática de la Universidad del Bío-Bío y responsable de la parte tecnológica del proyecto resalta los aportes de esta aplicación con el uso de la realidad aumentada. “Una de las dificultades que hay dentro de la realidad aumentada es que se hace una aplicación para el producto y ahí queda la experiencia. Pero lo que nosotros estamos ofreciendo es una aplicación que tenga distintas aristas para distintas áreas. Puede estar el lado comercial, educativo, capacitación, entretenimiento. Nosotros lo que hacemos es una aplicación global, sin aumentar los costos”, señala.

Iván Valencia y Fernando Toledo Moreno, al entusiasmo por su iniciativa, le agregan vitalidad y esfuerzo, ya han participado por segunda vez, en la feria de videos juegos en San Francisco EE.UU. y llegaron hasta allá con sus propios recursos, todo para conocer, aprender y validar sus propias ideas.

Sebastián Opazo, Coordinador de la Unidad de Emprendimiento declara “Para nosotros como equipo es muy importante poder apoyar iniciativas de alumnos y de exalumnos UBB que han participado en actividades desde varios años y hoy están dando los frutos. Actualmente nos encontramos patrocinando muchos proyectos UBB y eso nos tiene contentos y con ganas de seguir aportando al quehacer Universitario”.



