



Facultad de Humanidades

Departamento de Letras

Trabajo de Diploma en opción al título de
Licenciado en Letras

*Paisaje lingüístico en Santiago de
Cuba: apuntes para un imaginario*

Autora: Geisis M. Rodríguez González.

Tutoras: Dr. C Mercedes Causee Cathcart

Dra. Ana María Guerra Casanellas

Santiago de Cuba

2020

Dedicatoria

*A mi primo Eduard que aunque este en el cielo siempre será
parte de mi corazón.*

Agradecimientos

Agradecimientos

A Diosito y la Virgen por estar siempre a mi lado.

A mi mamita preciosa por ser la luz de mis ojos y brindarme tanto cariño y apoyo.

A mi papi lindo y el mejor hermano que puedo tener por estar siempre pendientes de mí.

A mis abuelos por ser mis segundos padres y ser guías de mis futuras proyecciones.

A mis tías Gricel, Chicha y Edelmi por estar a mi lado en todo momento y ser incondicionales conmigo.

A mi tío preferido Guille que lo amo con locura por darme constantemente educación y afecto.

A mis tíos Gilberto y el mudo por ser parte de mi felicidad.

A mi hermana Yilian que a pesar de la distancia nos tenemos gran amor y es una de las cosas más hermosas que poseo.

A mi primos Reinier y Edianne por sus regaños y pesadeces pero por el gran amor que me tienen.

Al puchungu de tía por ser mi valioso tesoro.

A mis primos Grabiel y Juaquin por ser mis segundos hermanos y estar pendientes de mí.

A Manu por ser el mejor amigo del mundo y apoyarme y aconsejarme en momentos difíciles.

A las mejores amigas del mundo Amanda, Lore y mi manita Leanet decirles que son fundamentales en mi vida

A mi hermana Mayi por estar más que siempre a mi lado, la adoro.

Al mejor regalo que pudo darme la vida en el preciso momento; el tato de mi corazón, mi novio David por llenar mi mundo de felicidad y permitirme ser parte de su vida.

A mi mami suegri que ha sido intachable en sus consejos y acogida en su vida.

Al claustro de profesores del Departamento de Letras por su incondicional entrega a lo largo de la carrera.

A mis tutoras Mercedes y Ana María por su dedicación y entrega, sin su apoyo y comprensión no hubiera sido posible este trabajo.

A los profesores Reiniel y Yusleidis por su preocupación, consejos y apoyo.

A mis compañeros del aula por brindarme su cariño y apoyo.

A Didi, María y Lisandra por ser las mejores amigas de la universidad.

A mi pucha Tay por su cariño, amabilidad y confiar siempre en mí.

A Kate y Lise por ser mis niñas en la beca y demostrarme un gran afecto, Claudita,

Ada, Sule, Diana, Yordanis (mi hermanito en la beca), Raider, Chú, Yan, Perdomo, el Pucho, el Puchi y Daniel por tantas ocasiones que me hicieron reír.

A la Revolución cubana por permitirme estudiar esta carrera.

A todas las amistades que de una forma u otra me apoyaron para que este sueño se hiciera realidad.

Resumen

El trabajo "*Paisaje lingüístico en Santiago de Cuba: apuntes para un imaginario*" se inscribe en el proyecto Estudio sobre el discurso oral y escrito en la región oriental de Cuba, se enfoca en determinar a partir del análisis de textos del paisaje lingüístico los elementos que caracterizan el imaginario en la ciudad. Para su selección se escogieron las vallas que aportaron mayor información desde el punto de vista lingüístico, pragmático, estético, cultural y social. Se toma en consideración para el análisis de los textos cuatro planos que son: el de la composición textual, de las operaciones pragmático-enunciativas, el argumentativo y el ideológico, además de analizar la ubicación de las vallas como incluye Elena Landone en su investigación.

Palabras claves: paisaje lingüístico, imaginario y vallas.

Abstract

Work linguistic Landscape in James of Cuba: Jottings stops one imaginary

Study on the oral discourse is registered in the project and article at the Oriental region of Cuba, it is focused on determining as from the analysis of texts of the linguistic landscape the elements that characterize the imaginary in town. They chose the fences that contributed bigger information from the linguistic point of view, pragmatic, esthetic, cultural for his selection and social. You take for the analysis of the texts four diagrams that they are under consideration: The one belonging to the textual composition, of the pragmatic enunciative operations, the argumentative and the ideological, in addition to examine the position of the fences as Elena Landone in his investigation includes.

Key words: Linguistic, imaginary landscape and fences.

Índice

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I: Acotaciones teóricas para la caracterización del paisaje lingüístico en el imaginario de la ciudad de Santiago de Cuba.	8
1.1 Comunicación pública	8
1.2 El Espacio público.....	10
1.3 Paisaje lingüístico	13
1.4 Ciudad, imaginario y discurso	17
1.5 Santiago de Cuba	23
Capítulo II: Concepción metodológica y análisis del discurso	27
2.1. Estrategias metodológicas para el análisis e interpretación de los textos objeto de estudio.....	27
2.2 Análisis e interpretación de la muestra	36
Análisis del texto 1	36
Análisis del texto 2.....	39
Análisis del texto 3.....	41
Conclusiones.....	44
Recomendaciones.....	45
Bibliografía	
Anexos	

Introducción

En la ciudad de Santiago de Cuba, ciudad en la que se combinan múltiples valores que permiten al visitante entrar en contacto con la idiosincrasia de su gente, la cultura e historia del lugar y se disfruta del paisaje natural, hay una variedad considerable de textos que configuran el paisaje lingüístico.

La comunicación de estos anuncios asume como uno de sus propósitos fundamentales la educación y movilización social en torno a programas, temas o problemas de gran importancia para toda o gran parte de la ciudadanía, por ello se manifiesta en carteles, vallas u otros medios a través de los cuales se exponen aquellas estrategias o campañas producidas para cambiar valores, actitudes o conductas públicas, apoyadas en la comunicación masiva.

Sobre este particular no abundan trabajos en el país, sin embargo, la bibliografía sobre el tema, a partir de experiencias internacionales, es más o menos extensa.

Entre las indagaciones revisadas se encuentra las de las lingüistas Yvette Bürki y Nadine Chariatte (2014), *Presencia del español en el paisaje urbano de Washington DC*. Esta investigación dirige su atención hacia los paisajes lingüísticos donde conviven comunidades latinas con otras comunidades en las ciudades de EE.UU, específicamente en Washington DC. Otros estudios, también en los EE.UU, son el del investigador José M. Franco-Rodríguez (2008), *El Paisaje Lingüístico del Condado de los Ángeles y el Condado de Miami Dade*: propuesta metodológica, que presenta un análisis sistemático de la lengua en un paisaje lingüístico y la metodología propuesta se aplica a los condados citados.

El paisaje lingüístico o la construcción de un espacio híbrido en el Instituto Cervantes de París, es el trabajo de Noemí Rámila Díaz (2015) que enfoca su mirada también al contacto de lenguas y a explorar el espacio lingüístico en el Instituto Cervantes de París, el más antiguo de sus centros en el extranjero.

También sirvieron de apoyo teórico y metodológico otros resultados investigativos realizados por profesores y estudiantes de la carrera de Letras, entre ellos la tesis doctoral de la profesora Ana María Guerra Casanellas. *El texto icónico-verbal en los mensajes promocionales preventivos de salud (VIH-SIDA), una aproximación necesaria* (2007). Los trabajos de diploma de Daína Escobedo Lora, *Recursos argumentativos en textos publicitarios desarrollados sobre el tabaco cubano* (2007), *Identidad cultural en textos publicitarios del Ron Cubano: estudio desde la argumentación lingüística* (2010), de Mailén del Carmen Garcés Labaut, *La semiótica y la pragmática de la imagen fija en la publicidad: acercamiento a la revista La Piú Caraibica* (2013) de Tamara Bellot Hernández (2014) y *La persuasión como recurso argumentativo en páginas web promocionales del turismo en Cuba* cuyas autoras son Ileana Rosabal y Ana María Guerra. Estos trabajos no se refieren directamente al paisaje lingüístico, pero abordan cuestiones importantes para esta investigación sobre la publicidad de bien público, como el de Guerra (2007) y el texto publicitario, su relación con la identidad cultural Escobedo, (2007), Garcés (2010) y Bellot (2013) y Rosabal (2011).

Al listado anterior se añaden los últimos trabajos de diploma acerca del paisaje lingüístico realizados en la Universidad de Oriente, en 2018 por Rosemaris Rodríguez Pérez, *Análisis semiolingüístico de anuncios del sector estatal en el*

paisaje lingüístico del Corredor Patrimonial Enramadas y Análisis lingüístico de anuncios del sector privado en el paisaje lingüístico del Corredor Patrimonial Enramadas entre las calles Paraíso y General Lacret (San Pedro) Santiago de Cuba de Katsileidis González Bonaga, considerados antecedentes directos para esta indagación.

Los estudios presentados han estudiado los textos que conforman el paisaje lingüístico a partir del análisis intratextual; esto es, se ha tenido un punto de vista en donde predominan los elementos que conforman el texto ya desde la imagen, ya desde la producción verbal. A diferencia de las anteriores indagaciones, la presente toma en cuenta no solo al texto *per se*, sino que observa, además, el entorno social, cultural e histórico que permiten un estudio más significativo de la ciudad, para lograrlo se construyó un corpus que abarcó vallas de gran y mediano tamaño ubicadas en avenidas principales de la ciudad. Estos textos, junto con otros de rasgos más sociales sirven para caracterizar la ciudad de Santiago de Cuba. Se ha tenido en cuenta la ubicación espacial y el formato.

El interés por los estudios discursivos ha crecido de forma rápida y ascendente en los últimos años. Sus indagaciones se han cobijado en las exploraciones sobre comunicación, pragmática, semiótica, imaginarios y representaciones sociales, entre otras. Una buena parte de tales indagaciones ha descansado en el uso lingüístico contextualizado. Así, el desarrollo de los medios de comunicación y las intenciones y maneras de acceder a los distintos públicos han dejado al descubierto la importancia de la lingüística para los estudios sociales, culturales, históricos y de otra naturaleza.

Siguiendo esta línea de reflexión se puede acceder a los méritos que en tal sentido aportan las investigaciones sobre paisaje lingüístico. Cuando se hace referencia a estos estudios ha de concordarse en que esta temática es de aparición bastante reciente a pesar de que sobre el tema en sí se haya investigado con anterioridad.

Varios autores¹ se ocupan de esta cuestión; al propio tiempo coexisten varias definiciones al respecto, sin embargo, el consenso general entiende que el paisaje lingüístico está constituido por la combinación de la lengua utilizada en textos publicitarios colocados en calles y carreteras, edificios y otros textos escritos en la vía pública.

Estos textos publicitarios pueden presentarse en varios formatos y las temáticas que exponen también pueden ser muy diferentes. Pueden encontrarse desde un aviso de venta de cualquier producto o servicio hasta la invitación a una actividad festiva, una concentración popular o indicaciones de radicación o señalización de determinados lugares, entidades, instituciones, entre otras.

Del estudio de estos textos emerge que los discursos sobre la lengua constituyen espacios privilegiados para indagar la construcción de imaginarios identitarios en tanto exhiben la estrecha relación entre las representaciones que circulan en torno a las actividades sociales y las construcciones identitarias de los grupos sociales, así como el vínculo con los procesos políticos en los que se inscriben.

En este sentido, los imaginarios no son categorías de un análisis psicológico en exclusiva, pero tampoco pertenecen a la sociología o a un campo intermedio.

¹ Sirvan de ejemplo los mencionados arriba y otros consignados en la bibliografía de este trabajo de diploma.

Con ellos han tenido que ver otras disciplinas científicas como la antropología y la neurología. Con un papel crucial, la lingüística ha permitido desarrollar esta temática de manera satisfactoria.

A partir de las reflexiones anteriores, se enuncia el **tema** de la presente investigación *Paisaje lingüístico en Santiago de Cuba: apuntes para un imaginario* que se presenta como trabajo de Diploma. Esta investigación se inscribe en el proyecto Estudio sobre el discurso oral y escrito en la región oriental de Cuba.

Se identificó como **problema científico** la siguiente interrogante: ¿Cómo se configura el imaginario de la ciudad de Santiago de Cuba a partir de textos de su paisaje lingüístico?

El **objetivo** de la investigación es determinar a partir del análisis de textos del paisaje lingüístico los elementos que caracterizan el imaginario en Santiago de Cuba. Se parte de la **hipótesis** de que los elementos lingüísticos y visuales del paisaje lingüístico colocados en Santiago de Cuba conforman el imaginario de la ciudad.

El **objeto** de estudio: es el paisaje lingüístico y el **campo de acción** son las vallas insertadas en el paisaje lingüístico en Santiago de Cuba.

Como método general que sirvió de guía para la realización del trabajo se empleó el hermenéutico: a partir del cual se pudo realizar la búsqueda bibliográfica y el estudio de los textos que permitieron construir el marco teórico referido al paisaje lingüístico, imaginario social, seleccionar la estrategia metodológica para el análisis e interpretación de la muestra, todo lo cual permitió el cumplimiento de la tríada metodológica, expresado en las conclusiones de la investigación.

El método específico utilizado fue análisis del discurso desde una perspectiva semiolingüística: Para explicar los términos gramaticales y las estructuras de superficie, es decir, los datos que se pueden observar y medir, como palabras, frases y rasgos estilísticos pero también para prestar atención a las estructuras semánticas subyacentes y explicar las implicaciones, presuposiciones y conexiones así como las estrategias que están presentes en los textos. La perspectiva semiótica se emplea toda vez que se trabajan textos icónico-verbales en los que están presentes categorías semióticas que se trabajarán como el tamaño, la fuente, el color, la disposición y ubicación de los textos entre otros.

Las técnicas que se utilizaron son:

- El análisis bibliográfico, que aportó el sustento teórico y metodológico para la investigación.
- El trabajo de campo expresado en un recorrido por diferentes arterias de la ciudad para la selección y recogida de la muestra objeto de estudio.
- Observación, que sirvió como soporte para obtener y organizar la muestra.

Para la realización de esta investigación se tomaron en cuenta las siguientes tareas

1. Revisión y estudio de la bibliografía para la construcción del marco teórico sobre el cual se sustenta la investigación.
2. Recorrido por la ciudad para la selección del universo y posteriormente la selección de la muestra.
3. Análisis e interpretación de la muestra para relacionar los textos seleccionados con el imaginario de la ciudad.

4. Redacción del informe de investigación.

El trabajo se estructura en esta introducción que recoge el diseño metodológico y posiciona la investigación, dos capítulos, el primero titulado **Acotaciones teóricas para la caracterización del paisaje lingüístico en el imaginario de la ciudad de Santiago de Cuba**, recoge las opiniones que sobre comunicación pública, espacio público, imaginario y paisaje lingüístico han expuesto varios autores desde diferentes puntos de vista, al mismo tiempo se deja declarado el punto de vista de la autora sobre las cuestiones estudiadas; el segundo titulado **Concepción metodológica y análisis del discurso**, expone los pasos metodológicos para el tratamiento de las muestras y los resultados del análisis, al final aparecen las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

Capítulo I: Acotaciones teóricas para la caracterización del paisaje lingüístico en el imaginario de la ciudad de Santiago de Cuba.

Este capítulo en su función de marco teórico de la investigación recoge las opiniones que sobre comunicación pública, espacio público, imaginario y paisaje lingüístico han expuesto varios autores desde diferentes puntos de vista, al mismo tiempo se deja declarado el punto de vista de la autora sobre las cuestiones estudiadas.

1.1 Comunicación pública

Comunicación desde un acercamiento etimológico, proviene del latín *communicatio*, *-onis*, que significa hacer común, significación que es coherente con la definición que aporta el *Diccionario de la Lengua española*, editado por la Real Academia Española – DRAE- (2020, en línea) cuando señala que comunicación es 1)“acción y resultado de comunicar o comunicarse /2) relación entre dos o más personas que se comunican /3) unión o contacto que se establece entre las personas o lugares, mediante diferentes recursos (...).

De esta definición se infiere que la comunicación es un proceso de intercambio que abarca diferentes formatos y soportes. Una información interviene en comunicación cuando el mensaje además de ser significativo para el sujeto, propicia un cambio de actitud definitiva o temporal.

El proceso de comunicación trasmite el resultado de la actividad de los hombres y desde sus orígenes posibilitó la transmisión de ideas, pensamientos, experiencias vividas, conflictos, necesidades, aspiraciones entre los seres humanos.

La comunicación pública como enfoque de investigación empieza a generar nuevos estudios en el campo de la comunicación, y se considera fundamental,

puesto que desde una visión estratégica, logra movilizar a los grupos de interés hacia la apropiación y aprovechamiento de los espacios públicos y de escenarios dispuestos para la toma de decisiones.

La comunicación pública, según Botero (2006), es una oportunidad para la construcción democrática de la sociedad y a su vez, para la gestión de la participación ciudadana en los proyectos de desarrollo de las diferentes comunidades, ya que permite conjugar los sentidos de la sociedad, gestionarlos en su diario vivir y ponerlos en común, en su dimensión social, con el fin de movilizar la sociedad hacia el logro de propósitos colectivos.

La comunicación pública, además, puede posibilitar la inclusión social, es decir, "la capacidad que tiene la sociedad para construir una ciudadanía activa, eliminar las barreras discriminatorias en el mercado y diseminar una cultura de la solidaridad". Calderón (1995), citado en Fleury (2007, p.99)

- La comunicación pública involucra a los actores que intervienen en la plaza pública sobre un asunto que es tema de debate social: medios, individuos, instituciones, empresas, movimientos sociales y otros grupos. La comunicación pública tiene relación, según apunta la Universidad de Guadalajara (2020), Disponible en <https://www.cucsh.udg.mx/com>
- las decisiones de la sociedad,
- los proyectos colectivos,
- las medidas sociales, y
- los problemas sociales

Desde los inicios de lo que se puede registrar como pensamiento lingüístico, todavía sin hablar de ciencia, ya existía la preocupación por estudiar el uso de la lengua en espacios públicos, como fueron los foros romanos en la

antigüedad clásica. Luego aparecen reflexiones en torno a textos de carácter público como la Biblia o de las interacciones entre conquistador o colonizador y los aborígenes de la tierra llamada luego “América”, o de aquellas, en época más reciente, entre clientes y empleados de comercios neoyorquinos a mediados del siglo XX que dirigiera W. Labov (citado por: Rodríguez (2018)

- La comunicación pública se cristaliza en algunas prácticas profesionales existentes y socialmente reconocidas, entre las que sobresalen el periodismo, las relaciones públicas (en su nivel institucional) y la publicidad (social). De la misma manera se realiza a través de prácticas profesionales emergentes, relacionadas con el análisis y manejo del espacio público, como es el caso de la comunicación política. Universidad de Guadalajara (2020)

La comunicación pública funciona como un intercambio, establece la interrelación de la vida en sociedad, se relaciona indiscutiblemente con las necesidades productivas del ser humano y no puede existir sin el lenguaje.

1.2 El Espacio público.

En el continuo desarrollo histórico de las ciudades, se atesoran numerosos espacios urbanos que reflejan tradiciones, historia, costumbres, leyendas y cultos de sus habitantes, valores estos que acumulados, constituyen una muestra genuina de su identidad.

Los espacios públicos, clasificados, unos como plazas y otros como parques, desde sus inicios, y a lo largo de su evolución, han sido permanentemente objeto de innumerables transformaciones, físicas o funcionales, a pesar de las cuales han mantenido en todo momento su esencia como lugares de intercambio público por excelencia.

Los investigadores relacionan el espacio público con el surgimiento de lo que se denomina ciudad, o sea que es en este espacio, en el que interactúan varios individuos asumiendo y llegando a un consenso sobre la postura del otro con un fin social, surge la necesidad de una materialización urbanística. “Hacer ciudad es, antes que nada, reconocer el derecho a la ciudad para todos” (Borja, 2000:34, citado por R. Rodríguez (2018)

El término espacio público es polisémico, de acuerdo con Carrión, (2016, p. 16) citado por R. Rodríguez (2018), porque tiene diferentes funciones como escenario de la interacción social: funciones materiales (al dar soporte físico a las actividades colectivas) y funciones simbólicas (permite el intercambio y el diálogo entre los miembros de la comunidad).

Según F. Carrión (2016, p.17), para algunos estudiosos es concebido también “como ámbito de aprendizaje, ámbito de libertad y lugar de control”. Sin embargo, ofrece su visión de espacio público como un lugar que no es de apropiación y mucho menos donde se enajena la libertad, sino que está condicionado por lo urbano y, por ende, tiene relación con la ciudad, pero además tiene una cualidad histórica que está en función del desarrollo de la ciudad (pág. 20). El espacio público se debe entender históricamente como parte de la ciudad, que cambia y evoluciona en relación con esta. (Ibid)

Manuel Delgado y Daniel Malet (2016) en su artículo: “El espacio público como ideología”, expresan que las definiciones del espacio público como espacio social y colectivo, por excelencia, tienen una fuerte connotación política. “Como concepto político, espacio público quiere decir esfera de coexistencia pacífica y armoniosa de lo heterogéneo de la sociedad, marco en que se supone que se

conforma y se confirma la posibilidad de estar juntos sin que, como escribiera Hannah Arendt, caigamos unos sobre otros”. (pág.58)

Existen diferentes tipos de espacios públicos entre los que destacan las calles, las plazas, los pabellones municipales deportivos, las escuelas, los centros hospitalarios, las bibliotecas, las estaciones de tren o autobuses, las autovías, las carreteras, entre otros. Un espacio público, por lo tanto, es de dominio y uso de la población, en el que cualquier persona puede circular, más allá de las limitaciones obvias que impone la ley.

Un tipo de espacio público es la calle, en la que además hay presencia de textos y rótulos que forman parte de un paisaje lingüístico, que se manifiesta dentro de ese espacio público

Lo anterior justifica la selección de vallas en varias avenidas y arterias principales de la ciudad, para el análisis del paisaje lingüístico que en este trabajo se propone. El recorrido incluye las siguientes vías: la intersección de la Avenida de las Américas hasta Patricio Lumumba; toda la avenida de las Américas hasta Ferreiro; Avenida Victoriano Garzón hasta carretera central km 969 intersección con la heladería La Arboleda, y desde carretera central hasta calle 6 de Santa Rosa, luego calle 6 hasta la intersección con Patricio Lumumba, y Patricio Lumumba hasta avenida de Las Américas nuevamente.

Se aprecia que en estas arterias se cumplen en líneas generales, los preceptos abordados de espacio público. Estas calles tienen en común sitios históricos, educativos, recreativos, de salud y culturales; además de las vías comerciales que las intersectan.

Los elementos antes expuestos confirman que el espacio público, está relacionado con varias disciplinas como el urbanismo, la política, la democracia

y la antropología. Estas ciencias han sido llevadas a investigaciones realizadas en diversos espacios públicos. La lingüística, cercana a la antropología, estudia el comportamiento del hombre a través del lenguaje y su manera de manifestarse en un contexto determinado, por eso, el tema también es pertinente para esta ciencia y desde ella es abordado en este trabajo.

1.3 Paisaje lingüístico

El estado de la cuestión que ofrecen Gorter (2013) y Huebner (2016) demuestra que el Paisaje Lingüístico (PL), después de una germinación fundacional de estudios con finalidades muy variadas, en los últimos años, ha ido abordando la tarea epistemológica de reflexionar sobre sus objetos, su metodología y su aporte científico con respecto a un amplio abanico de disciplinas afines (Barni, Bagna (2015); Blackwood (2015); Castillo Lluch, Sáez Rivera (2013); Nash (2016). El PL pretende interpretar signos y, quizás, se esté colocando – como sucedió con la Semiótica – en esa área liminal entre ser un campo de estudio (es decir, un repertorio de intereses no unificado o unificable) y ser una disciplina, con sus propios temas de estudio y sus métodos particulares Eco (1978).

A pesar de su conexión originaria con la Sociolingüística, Hernández- Campoy y Almeida (2005), recorriendo la bibliografía del PL, se observa que sus objetivos de investigación ya se ciñen a ámbitos muy variados y articulados, como: Citado por Landone (2018)

- Estudios de identidad (de personas, grupos, ciudades, barrios, etc.):
identidad sexual; identidad histórica y memorialidad; etnicidad zonal.
- Posición social.

- Poder: jerarquía, protesta, exclusión, conflicto, marginalización, *agency*, disensión.
- Ciencia de la comunicación: ciberespacio, comunicación digital y *new media*; publicidad; marcas comerciales.
- Descripción del paisaje (incluso comparativamente): turismo; geografía de la urbanidad/ruralidad; planificación urbanística.
- Lenguas y espacio (zonas, confines, ciudades, escuelas): multilingüismo, bilingüismo, difusión del inglés; cambio lingüístico, contacto, translenguaje y vitalidad lingüística.
- Sociología y cambio social: globalización, superdiversidad; lenguas como símbolos; etnografía lingüística.
- Políticas lingüísticas: ideologías, planificación y ecología lingüística.
- Percepción de los hablantes: actitudes, emociones y conciencia lingüística; alfabetización.
- Migración: refugiados, diáspora, prácticas sociales, significados sociales, visibilidad de la comunidad: semiótica (sistemas complejos, flujos); pedagogía (complejidad multicultural, pensamiento crítico).
- Análisis del discurso: actos de habla, lingüística textual, análisis léxico.
- Estética: diseño gráfico, arte, grafitismo, multimodalidad, arquitectura.
- Economía lingüística.

Con lo antes mencionado se muestra como ha incrementado la variedad de investigaciones y términos que rodean el PL.

Se desprende de todo esto que el PL no se aglutina alrededor de un tema, un objetivo o un método, sino alrededor del tipo de dato que pone de manifiesto: el signo visual en un espacio público. Los estudios de PL investigan la visibilidad

de las lenguas en el espacio y recogen, pues, cualquier tipo de signo comunicativo sobre cualquier tipo de soporte públicamente visible Gorter, Cenoz (2007). El dato escrito/visual es pertinente y significativo en la sociedad contemporánea, como subraya Díaz Cardona, de ahí la expansión de los estudios del PL:

Text using becomes a key mode of engagement with others, with the surrounding environment, and with ourselves. Text using becomes also more interactive (as the lines between reading and writing become increasingly blurred) and more intertextual (as written sources become easily connected to other written sources). Despite obvious inequalities (with an estimated one billion non literate adults worldwide), it seems safe to state that in most cities around the world today there are more people spending more time using more text to do more things in more places. (Díaz Cardona 2016, p. 639, citado por Landone (2018, p.83)

Las imágenes públicas entran en la percepción cotidiana de los ciudadanos, ofreciendo constante y, a menudo, inconscientemente informaciones sobre el perfil cultural del espacio que los rodea. Como hablantes comunes, lo que leemos en un espacio nos ofrece pautas sobre la identidad étnica de una zona urbana, la penetración comercial de una lengua en cierta área, cuestiones laborales y residenciales de grupos inmigrantes, modas lingüísticas, etc.

El PL utiliza esta misma información para estudios científicos, dicho de otra forma, 'cientifiza' un dato de la cotidianidad Highmore (2002), siguiendo, de hecho, la tradición metodológica etnográfica Duranti (2007) y renovándola con el potencial tecnológico de la digitalización. Además, el PL teoriza sobre el

enriquecimiento semiótico recíproco entre el dato y el lugar específico en el que aparece Backhaus (2007) (por ejemplo, un signo lingüístico, al marcar un territorio, se hace símbolo del poder de una lengua en un sitio). Por esa centralidad del signo como dato consideramos que su empleo científico merece una reflexión detenida. Citado por Landone (2018)

El concepto de paisaje lingüístico, nacido de la planificación lingüística en Bélgica y Canadá (dos países notoriamente bilingües), surgió de la necesidad de marcar los límites lingüísticos de determinados territorios por medio de la regulación del uso del lenguaje tanto en la vía pública como en señales viales, anuncios comerciales, pizarras informativas, entre otras. Citado por Nicolás (2014).

Su definición varía, algunos investigadores como Nicolás L (2014), Landry y Bourhis (1997) e Yvette Bürki y Nadine Chariatte (2014), coinciden en que paisaje lingüístico es el lugar donde convergen varias lenguas y se reflejan a través de textos y rótulos.

Landry y Bourhis (1997), expresan además que estos textos y rótulos están representados en vías públicas y en los que se aprecia, función simbólica e informativa. La función informativa, delimita las fronteras territoriales de un grupo lingüístico al indicar que una o varias lenguas pueden utilizarse en la comunicación, la función simbólica se refiere al valor y estatus de las lenguas tal y como las percibe un grupo en comparación con otros grupos. Esta idea es apoyada por Nicolás L (2014), cuando comenta que además de su finalidad claramente comunicativa, el paisaje lingüístico tiene una importante función simbólica, ya que puede dar cuenta del poder relativo y el estatus de las comunidades lingüísticas que habitan ese territorio.

Este investigador alega, además, que el paisaje lingüístico puede manifestarse de dos formas: de arriba hacia abajo (top-down) que son todos los anuncios y textos oficiales y de abajo hacia arriba (bottom-up), donde están incluidos los privados citado por Rodríguez (2018). Los textos analizados en esta investigación se centran en la primera perspectiva.

Un ejemplo de paisaje lingüístico que puede observarse en un espacio público, es todo tipo de lenguaje escrito en señales públicas urbanas que funcionan como los elementos del espacio idiomático, pueden citarse: señales en las calles; señales que indican horarios de apertura y placas conmemorativas; nombres de tiendas, mercados y centros comerciales, placas en los edificios y oficinas del gobierno, corporaciones, empresas, instituciones educativas, placas con los nombres de las calles y lugares, avisos informativos y prohibitivos. Todo tipo de publicidad e inscripciones constituye paisaje lingüístico.

Esta investigación es un acercamiento al paisaje lingüístico de las arterias principales de la ciudad, justifica así la selección de vallas y carteles en varias avenidas. Estas vías públicas presentan las características de ser informativas y simbólicas.

1.4 Ciudad, imaginario y discurso

Las ciudades han sido estudiadas desde disciplinas varias entre las que se pueden citar la sociología, la economía, el urbanismo, la antropología, entre otras. Marc Augé (según señala Duplatt, 2006) se refiere a los lugares -la ciudad es uno de ellos- como espacios relacionales e históricos trabajados y simbolizados por el hombre, de los que se extrae la identidad individual y colectiva.

Además del análisis desde perspectivas anteriormente expresadas se pueden agregar los de la comunicación que hacen de la ciudad un objeto de estudio muy variado. La ciudad no solo es un espacio de comunicación, sino que puede ser vista como un mensaje en la comunicación. También, Entel –en palabras de Richard M. Morse- imagina a la ciudad como un teatro, “a los grupos sociales como actores y a los espacios como escenarios” (Entel, 1996, p.37) y cree que es “posible descubrir la riqueza y la capacidad predictiva de las lecturas minuciosas que el investigador puede realizar de esa dramática urbana (Entel, 1996, p.37).

Como sintetiza Duplatt (2006) la metáfora de la ciudad como texto es útil para leer la cultura de un lugar. Los signos están constituidos, entre otros elementos, por casas, calles, carteles, plazas y edificios y por los usos y apropiaciones que de ellos hacen los habitantes, al igual que por sus acciones. Interpretar el lenguaje de la ciudad es contribuir a descifrar los procesos identitarios de una población y las representaciones sociales que construyen sus individuos.

Así se observa que la ciudad emerge como un gran texto en el que coexisten las páginas de un número infinito de seres humanos, representaciones, espacios, imaginarios y lenguajes que no habitan solo en el ámbito de lo privado. En este orden de pensamiento las ciudades pueden pensarse como escenarios de significación, de significados y de sentidos. En este estudio la ciudad se asume como el espacio vivido, experimentado y habitado en tanto desarrolla interconexiones contextuales sobre la base de las situaciones de transformación, de cambio, de circunstancias que han sido y son de interés para distintas áreas del conocimiento.

En tanto espacio público y en lo fundamental en la consideración de texto la ciudad puede ser abordada desde el análisis del discurso de perspectiva semiolingüística. Se impone, entonces tratar el discurso y el análisis del discurso porque estas categorías servirán de sostén al estudio de la ciudad de Santiago de Cuba que se pretende realizar.

Todavía no existe una definición única sobre el discurso, no obstante, la mayoría de los autores que se han acercado al tema coinciden en que el discurso es una forma de uso del lenguaje; sin embargo, para un acercamiento más especializado a la definición de discurso sería necesario detallar ciertos componentes esenciales de ese concepto como: quién usa, cómo, por qué, cuándo se usa el lenguaje.

Esta tendencia conduce a concebirlo como un evento comunicativo, o sea, las personas usan el lenguaje para comunicar ideas (o para expresar emociones) y lo hacen como parte de otros eventos sociales más complejos y situaciones específicas. Esto significa que en los eventos comunicativos las personas están haciendo algo además de usar el lenguaje o comunicar ideas: las personas están interactuando. Con frecuencia para enfatizar el aspecto interaccional del discurso este se describe como interacción verbal.

El lingüista francés Patrick Charaudeau² considera pertinente hablar de tres grandes vías:

- El estudio del discurso como mecanismo de producción que se orienta hacia una pragmática cognitiva y que tiene el texto como producto del proceso de enunciación.

² Patrick Charaudeau. *Las grandes problemáticas del análisis del discurso*. Conferencia ofrecida por el profesor de la Universidad de París XIII en el Centro de Lenguas Extranjeras de la Universidad Nacional Autónoma de México (1996) Publicada en la traducción de María de Lourdes BerruecisV. En la revista Estudios de Lingüística Aplicada. Año 16, Número 27, Julio 1998 (pp. 11-26)

- El estudio del discurso como un objeto empírico, lo que permite elaborar una tipología de discursos (político, publicitario, didáctico, científico, etc.), muy cercano a la lingüística del texto.
- El estudio del discurso como representación social, esto es el discurso como manifestación de las posiciones ideológicas, las relaciones de poder, las caracterizaciones antropológicas (discurso femenino vs. masculino, por ejemplo)

Por otra parte, en opinión de Van Dijk (1997, p.2), son precisamente estos tres aspectos: (a) el uso del lenguaje; (b) la comunicación de ideas (cognición) y (c) la interacción en las situaciones sociales, los que constituyen los *tres dominios principales del discurso*. Diferentes disciplinas están involucradas en el estudio del discurso atendiendo a estas tres dimensiones, tales como:

- La lingüística - para el estudio específico del lenguaje y del uso del lenguaje.
- La psicología - para el estudio de las ideas (del pensamiento) y cómo las ideas son comunicadas.
- Las ciencias sociales - para el análisis de la interacción en situaciones sociales.

Teniendo en cuenta esto Van Dijk (1997) considera que la tarea esencial de los estudios del discurso consiste en garantizar una descripción integrada de las tres dimensiones del discurso:

- Cómo el uso del lenguaje influye en las ideas y la interacción o viceversa.
- Cómo los aspectos de la interacción influyen en la manera en que las personas realizan emisiones verbales.
- O cómo las ideas controlan el uso del lenguaje y la interacción.

Hoy se demarcan los conceptos, en sus inicios difusos, de texto y discurso. Uno de los especialistas que ha establecido una diferenciación clara entre estos conceptos es R. Fowler (1989):

Mirar al lenguaje como texto implica el estudio de unidades completas de comunicación, vistas como estructuras sintácticas y semánticas coherentes que pueden ser habladas o escritas. Simplificando podemos decir que el texto puede ser interpretado como un medio del discurso. (...) El discurso es todo el complicado proceso de interacción lingüística entre las personas que emiten y comprenden textos.

Por otra parte, es imprescindible destacar que para *lingüistas y psicólogos el análisis del discurso* enfatiza que el uso del lenguaje y el pensamiento se revelan en la interacción social discursiva. Para los científicos de las ciencias sociales, el análisis del discurso subraya que las instituciones políticas y sociales, las organizaciones y sus estructuras, los procesos, las rutinas y otros relevantes fenómenos, deben ser también estudiados en el ámbito de sus manifestaciones, expresiones o actuaciones reales en el discurso como uso del lenguaje, comunicación e interacción.

El Análisis del Discurso se ha consolidado como una útil y recurrida herramienta de análisis, con potencial heurístico importante. La pregunta de cómo se analizan textos se ha vuelto una cuestión central para las metodologías de las ciencias sociales. Al asumir un enfoque contextual del discurso se involucran muchos aspectos de la sociedad y su cultura y si además se incluye la perspectiva semiótica se completa el estudio al hacerse más complejo y globalizador. Por ello se coincide con Lefebvre en que:

El análisis semiológico debe distinguir múltiples niveles y dimensiones. Tendríamos, así, la *palabra* de la ciudad: [...] lo que allí se dice [...] Tendríamos también la *lengua* [...] y el empleo de la palabra de los habitantes. Tendríamos el *lenguaje urbano*, al que podríamos considerar el lenguaje de las connotaciones [...]. (1978, pp. 82-83)

Y eso es precisamente lo que proyecta la presente investigación, es decir, realizar un análisis del discurso de textos que conforman el paisaje lingüístico de la ciudad de Santiago de Cuba para acceder a los imaginarios sociales que producen estos textos y que no son más que el reflejo de cómo se ve la ciudad a sí misma. Por ello es atinado que se ancle ahora en el concepto y las características del imaginario.

La noción de "imaginarios sociales" es de uso frecuente en estudios sociológicos en general y en los de comunicación mediática en particular, sin alcanzar un estatuto conceptual claro y preciso que permita su utilización como una categoría de análisis cuyo significado cuente con un acuerdo generalizado en la comunidad de investigadores. A pesar de ello lo que sí queda bastante claro es que solo es posible "dar con" y "dar cuenta de" los imaginarios sociales en y a través de la materialización discursiva de esos imaginarios en textos concretos; esto es, en y a través de representaciones efectivas.

Según Pintos (1995) los imaginarios sociales son la sustancia del significado en tanto investidura de sentido. Los imaginarios sociales son aquellos esquemas (mecanismos o dispositivos), construidos socialmente, que nos permiten percibir / aceptar algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad.

La función de los imaginarios sociales es hacer posible el acceso a la interpretación de lo social, permitiendo la elaboración y distribución de instrumentos de percepción de la realidad construida como mundo social, un mundo de vida. Esta percepción supone, por lo tanto, una organización imaginaria con función ordenadora de la relación entre los sujetos-agentes sociales y sus experiencias. El imaginario social se manifiesta en lo simbólico (el lenguaje) y en el accionar concreto entre los sujetos en la praxis social.

En opinión de Berger y Luckmann:

Aquello a que asistimos en la vida humana es a la creación social de la realidad, la cual se efectúa fundamentalmente a través del lenguaje. La realidad de la vida cotidiana se me presenta como un mundo intersubjetivo, un mundo que comparto con otros. En realidad, no puedo existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarme continuamente con otros (Berger y Luckmann, 1986, p. 40).

Resulta importante destacar que, en toda esta construcción y socialización de los imaginarios, el papel del discurso es fundamental. A los lingüistas les concierne que en la construcción social de representaciones de la realidad es elemental la base de la intercomunicación humana, es decir, debe estar presente la impronta de los intercambios discursivos.

1.5 Santiago de Cuba

En los primeros momentos de la conquista y colonización de la Isla de Cuba por España, fue fundada en 1515 por Diego Velázquez la ciudad de Santiago de Cuba. Se encuentra entre las primeras siete villas de Cuba y fue la primera capital de Cuba hasta 1556, cuando se designa a San Cristóbal de La Habana como capital. Por su gran historia y el aporte de su pueblo a las gestas

libertarias de los cubanos se le concedió el título oficial de " Ciudad Héroe de Cuba".

En 1976 al proclamarse la nueva división político-administrativa se constituyó como provincia. Conservando particularidades urbanísticas y arquitectónicas que se heredaron a través de los años, toda una mezcla española, africana y francesa. Su casco histórico muestra sitios y ambientes muy propios de esta zona y de alto valor monumental.

En la provincia, incluyendo los cayos se aprecia una extensión territorial de 6 mil 170 km², por lo que es una de las cuatro más pequeñas del país, junto con La Habana y Cienfuegos. Está situada en el extremo oriental de Cuba; limita al norte con las provincias de Granma y Holguín, al sur el mar Caribe, al este con la provincia de Guantánamo y al oeste con Granma. Tiene gran importancia político-económica ya que se considera la segunda provincia de gran valor en el país; también con casi todo el territorio montañoso, ocupado por la Sierra Maestra con una altura predominante el Pico Turquino de 1972 m y las vertientes sur de las sierras de Nipe y de Cristal.

Esta ciudad tiene grandes industrias y una producción agropecuaria sustentable. Apreciándose en la vida socioeconómica días muy cálidos con una economía que nació de la mano de la minería y luego se transformó en agrícola-ganadero, muestra hoy un diversificado desarrollo de la industria y los servicios asociados, constructivos, turísticos y científicos.

Según informes oficiales, más del 60% de la producción mercantil de la ciudad es sostenido por la actividad industrial, que tiene gran apoyo: en el procesamiento de combustibles, en la generación eléctrica, la obtención de

azúcar, cemento, cereales y una variada gama de productos y servicios del área sideromecánica.

También se desarrollan otras actividades fundamentales, entre las que se destaca la agropecuaria. Este sector no estatal está representado por 136 cooperativas de producción agropecuaria, 213 de créditos y servicios, y productores independientes; al mismo tiempo que cuenta con los organismos que más aportan a la producción del territorio que son: el Grupo AzCuba (industria azucarera) y el Ministerio de la Agricultura (MINAGRI).

Este lugar que es cuna de una gran cantidad de los géneros musicales de Cuba ha sido reconocida como la cuna del son y el bolero, mientras que la trova tradicional y la expresión coral cuentan con un profundo arraigo. Aquí nacieron grandes músicos, como Sindo Garay, Níco Saquito, Eliades Ochoa, Compay Segundo, por solo mencionar algunos. Es sin duda una ciudad excepcional, distinguida por su cultura e identidad donde las fiestas populares de mayor importancia son el Carnaval Santiaguero y la Fiesta del Fuego.

Por estas razones, la provincia en especial su municipio cabecera, sea sede de importantes eventos artístico-culturales como el Festival del Caribe, el Festival del Son "Miguel Matamoros", el Festival Internacional de la Trova "Pepe Sánchez" y el Festival del Bolero, entre otros.

En ella está la primera casa de América, la majestuosa catedral de Santiago de Cuba, la primera mina de cobre ubicada en el poblado de El Cobre y el Museo Bacardí, el primero de su tipo en territorio nacional. Posee además varios centros de educación superior, entre los más importantes están la Universidad de Oriente, el Instituto Superior de Ciencias Médicas y el Instituto Superior Pedagógico Frank País.

En lo más alto del cerro de Maboá, a 27 kilómetros de la ciudad de Santiago de Cuba, se encuentra el Santuario Nacional de la Virgen de la Caridad del Cobre, declarada Patrona de Cuba en 1916 y coronada por el Papa Juan Pablo II durante su visita a Cuba en 1998.

En la ciudad coinciden estilos arquitectónicos múltiples, desde el barroco hasta el neoclásico más depurado. Son de especial interés los parques arbolados, las calles escalonadas, las construcciones coloniales con inmensos ventanales y apretados balcones. Entre sus calles conviven edificios de alto valor arquitectónico, como la Catedral, la casa del poeta José María Heredia, la Biblioteca Provincial Elvira Cape, el Museo Emilio Bacardí Moreau, el Cuartel Moncada y con más de un siglo de existencia el Cementerio de Santa Ifigenia, el cual guarda la historia de héroes, hombres y mujeres ilustres y de personajes anónimos y modestos que vivieron en este lugar. Complementa el entorno, la prestigiosa Universidad de Oriente.

Santiago de Cuba es ejemplo elocuente del desarrollo del Sistema Nacional de Salud. Sólo tres años después del triunfo revolucionario en 1959, abrió sus puertas en esta ciudad la primera escuela de Medicina creada fuera de la capital del país, y de inmediato el Ministerio de Salud Pública inició una transformación encaminada a convertir los hospitales urbanos en unidades docentes. Y durante 35 años la asistencia, la docencia y las investigaciones, han mantenido un creciente ritmo de crecimiento.

Capítulo II: Concepción metodológica y análisis del discurso

Los textos objeto de análisis en este trabajo se insertan dentro del llamado estilo funcional publicístico, por ello en este capítulo se hace referencia a este contenido, antes de exponer las estrategias metodológicas utilizadas y los resultados del análisis semiolingüístico de las vallas y carteles recopilados en las vías principales de la ciudad, como parte integrante de su PL. Este análisis reveló características en los textos, que ponen en relación a la ciudad, con el imaginario.

2.1. Estrategias metodológicas para el análisis e interpretación de los textos objeto de estudio

La variación funcional de la lengua se expresa a través de la existencia de los estilos funcionales, aspecto estudiado en detalle por la Linguoestilística funcional. Uno de los autores que más incursionó en estos temas fue Josef Dubšký, quien en su obra *Introducción a la estilística de la lengua* (1970, p.11) define al término como:

subsistema dentro del sistema de la lengua, históricamente determinado y socialmente aceptado, establecido y estabilizado en una situación de la comunicación (estilo funcional estético y conversacional o coloquial), o en ciertos ramos de la actividad humana (estilos funcionales de trabajo o profesionales, prácticos o teóricos).

Relacionado con este término aparece el de esferas funcionales estilísticas, definidas por el autor como:

conjuntos sistemáticamente ordenados de tendencias que rigen la selección de los medios de expresión tomados en el sistema lingüístico; esta selección obedece a ciertos factores estilísticos o sus

combinaciones, más o menos completas, y ante todo, a la función de comunicación. (Dubšký, 1970, p.13).

De acuerdo con lo anterior, este autor distingue las esferas funcionales de trabajo o profesional, conversacional o coloquial y artístico o poético³. El estilo publicístico que es el que nos ocupa, es uno de los subestilos del de trabajo o profesional.

El estilo publicístico representa un fenómeno lingüístico complejo por la no homogeneidad de sus subestilos y porque constituye una variedad especial de información de masas. En la publicidad se dan todos los requisitos de la comunicación, sobre todo de la pública y constituye un verdadero modelo comunicativo, como puede ser el de los deportes, la prensa del corazón o la información bursátil. Es un modelo que usa y a veces abusa de los diferentes medios de comunicación de masas.

A este término está muy ligado el de propaganda, tanto que en ocasiones se tiende a confundirlos o se consideran sinónimos. Según el *Diccionario de la lengua* editado por la Real Academia española (2020, en línea) propaganda: Del lat. mod. [*Congregatio de*] *propaganda [fide]* '[Congregación para] la propagación [de la fe]', congregación de la curia romana encargada de las misiones, que fundó Gregorio XV en 1622.

1. f. Acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores.
2. f. Textos, trabajos y medios empleados para la propaganda.
3. f. Asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.

³ Esta clasificación varía en la nomenclatura de acuerdo con diferentes autores. Véase: Brian Steel y Schichkova, que aunque los denominan con ciertas diferencias en relación con Dubšký, en esencia coinciden en cuanto a definiciones y caracterización de cada uno. En este trabajo se sigue a Dubšký.

(...)<https://dle.rae.es/propaganda>

En tanto publicidad es definida como:

1. f. Cualidad o estado de público. La publicidad de este caso avergonzó a su autor.
2. f. Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.
3. f. Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.

<https://dle.rae.es/publicidad>

Como puede observarse hay bastante coincidencia en sus definiciones⁴. Sin embargo publicidad se prefiere para denominar lo relacionado con el marketing, en tanto la propaganda se deja en ocasiones para lo que tiene un fin político. Como en la actualidad ambos tipos de mensajes utilizan técnicas del marketing, no es nuestro propósito establecer barreras entre uno u otro, sino dejar establecido que en los textos que se estudian aparecen técnicas propias de la publicidad en función del mensaje que se desea transmitir, ya sea político, cultural o de otra naturaleza.

La transmisión de estos mensajes publicitarios responde al mismo proceso de la comunicación humana y en este caso a la pública. Al comunicar, se transmite una información de un lugar a otro. En este proceso participan cinco elementos de acuerdo con Sardón Navarro (1997, p. 5):

1. Fuente de información: es el emisor (técnico publicitario) que selecciona los signos oportunos del código. El emisor no es un set individual, sino una compañía publicitaria u otra entidad con una finalidad persuasiva.

⁴ El Diccionario de uso del español de América y España. Vox (software), considera estos términos como sinónimos

2. Transmisor: pasa la información desde la fuente al canal de transmisión. Codifica el mensaje transmitido (emisión oral, visual o audiovisual).
3. Canal de transmisión: es el medio material utilizado para transmitir la información (ondas acústicas o papel en que se imprime el mensaje gráfico).
4. Receptor: descodifica el mensaje publicitario. El receptor no es único, sino un determinado grupo o colectividad.
5. Destinatario: oyente que recibe ese mensaje. El mensaje publicitario es recibido por un grupo o colectividad.

Existen varios estudios sobre el tema de la publicidad⁵, que han dirigido su atención precisamente a las diversas técnicas utilizadas para transmitir un mensaje, al respecto pueden citarse la tesis doctoral de Ana María Guerra Casanellas, *El texto icónico-verbal en los mensajes promocionales preventivos de salud (VIH-SIDA), una aproximación necesaria* (2007), dirigió su atención hacia el mensaje que transmiten los carteles promocionales preventivos del (VIH-SIDA), este estudio basado en un análisis semiótico de la relación icónico verbal de los carteles, reveló que los estos contribuyen significativamente a informar, convencer, fortalecer y educar.

Además, varios trabajos de diploma realizados por estudiantes de Letras, entre ellos: Daína Escobedo Lora, *Recursos argumentativos en textos publicitarios desarrollados sobre el tabaco cubano* (2007), *Identidad cultural en textos publicitarios del Ron Cubano: estudio desde la argumentación lingüística* (2010), de Mailén del Carmen Garcés Labaut., *La semiótica y la pragmática de la imagen fija en la publicidad: acercamiento a la revista La Piú Caraibica*

⁵ Los referenciados aquí fueron realizados por profesores y estudiantes de la carrera de Letras, Universidad de Oriente.

(2013, de Tamara Bellot Hernández, *La persuasión como recurso argumentativo en páginas web promocionales del turismo en Cuba* (2014).

Todos estos trabajos son muestra de la relación que existe entre la publicidad y la lingüística. La primera posibilita la comunicación entre quienes producen los textos y mensajes y quienes los consumen, por tanto, la lengua resulta fundamental para la comprensión de la idea que se busca promover entre el público.

Los textos en la publicidad pueden presentar características lingüísticas específicas que responden a este estilo funcional, entre ellas⁶ Rodríguez (2018, p.17-19):

1. Segunda persona del singular o la primera del plural: *evoluciona el acoso te atrasa*
2. Enunciados imperativos: ¡demuestra tus valores!
3. Metáforas: *no consumes tu vida*
4. Aliteraciones
5. Expresiones populares. *Aquí no se rinde nadie...*
6. Frases nominales. *Mi Santiago, tu Santiago, un pedacito de Cuba.*
7. Juegos de palabras con valores polisémicos.
8. Uso de paronomasias (juegos de palabras) y sinestesias.
9. Juegos icónicos y tipográficos: *Evoluciona el acoso te atrasa* (juego entre el texto y la imagen).
10. Uso de oraciones interrogativas, exhortativas y exclamativas. *¡Gracias, Santiago!*

⁶⁶ Se toma como base lo expuesto por Rodríguez, 2018, aunque solo se consideran aquellas características a las que responden los textos estudiados. La mayoría de los ejemplos aquí son extraídos de los textos objeto de estudio, aunque los que aparecen en la bibliografía se corresponden con la publicidad comercial, la aplicabilidad de este contenido al objeto es prueba de la pertinencia de las ideas que se han venido desarrollando en este trabajo.

11. Elipsis.

12. Metonimia. Se utiliza para sustituir un elemento por otro con el que tiene relación de tipo causa-efecto, continente-contenido, proximidad o contexto.

13. Sinécdoque. Puede suponer la sustitución de elementos con una proximidad espacial, temporal o nocional. Se trata de decir más con menos.

14. Símbolo. Es un tipo de metáfora que representa un valor o un conjunto de valores de una sociedad.

15. Personificación. *Santiago de Cuba: rebelde ayer, hospitalaria hoy, heroica siempre*

16. Anáfora. Repetición de palabra en cada verso o frase. *Mi Santiago, tu Santiago...*

17. Símil. Comparación de dos objetos mediante un nexos: *higiene es salud*

Lo anterior sirve de marco para exponer los pasos metodológicos asumidos en esta indagación:

Primeramente, se realizó un recorrido por la ciudad, a fin de determinar la locación de las vallas que se utilizarían para el trabajo, se decidió escoger las ubicadas en arterias principales de la ciudad, pues se las consideró representativas para establecer la relación entre el PL y el imaginario en la ciudad, por tanto su ubicación es la siguiente: parte de la intersección de la avenida de las Américas y Patricio Lumumba, luego toda la Avenida de las Américas hasta Ferreiro, se continúa por la Avenida Victoriano Garzón hasta carretera central km 969 intersección con la heladería la Arboleda, y desde carretera central hasta calle 6 de Santa Rosa, luego calle 6 hasta la

intersección con Lumumba, y Lumumba hasta concluir en Avenida de las Américas.

En ese recorrido se tomaron un total de 59 fotos, las mismas reflejan la historia del pueblo santiaguero: su unidad, cultura, tradición y la continuidad de seguir esforzándose para seguir siendo mejores tanto en la sociedad como en el deber. Las fotos se hicieron con un dispositivo móvil de 64 megapíxeles, tienen formato jpg. En algunas fotos la calidad no es óptima, así que en esos casos se hará la exposición de lo escrito en el cartel. Para su selección se escogieron las vallas que aportaron mayor información desde el punto de vista lingüístico, pragmático, estético, cultural y social.

Las fotos se tomaron desde un ángulo normal, de dos maneras:

- Toma de un plano general del texto identificado con un locutor en un espacio de comunicación, contenedor de uno o varios carteles.
- Toma de un primer plano de cada cartel contenido en el texto que se lee en un lugar determinado del espacio.

El archivo de imagen, en formato jpg, se identificó según un orden numérico (1, 2, 3...):

En el análisis se tomó como referencia la metodología propuesta por A.M. Guerra (2007), ya utilizada en los trabajos que sirvieron como antecedentes a este, además se toma en cuenta también, datos aportados por E. Landone (2018) en su artículo “Las imágenes lingüísticas del paisaje urbano de la migración: una reflexión metodológica de enfoque pragmático”, pues en el estudio de las muestras se consideró que estas ideas complementaban los textos examinados, además de que se ajustan a sus características, esta inclusión introduce una diferencia en relación con los otros trabajos, por cuanto

aquellos pertenecen a la publicidad comercial, lo que no ocurre en el caso de los que nos ocupan.

A.M. Guerra⁷ (2007, p. 62-68) toma en consideración para el análisis de los textos cuatro planos que son: el de la composición textual, de las operaciones pragmático-enunciativas, el argumentativo y el ideológico, los cuales se explican a continuación.

Plano de la Composición textual:

Conjunto de informaciones visibles en el anuncio. En este plano se tuvo en cuenta la parte lingüística y la parte icónica por separado. Para dar una información general del anuncio, se observó la disposición tipográfica y textual de los elementos verbales e icónicos. La tipografía se refiere a las características de las letras (tamaño, color, grosor, tipo, uso de mayúsculas y minúsculas), al margen de la normativa ortográfica, realces, etc. La composición textual e icónica del diseño es de suma importancia para la percepción del receptor y la manera en que este decodifica el mensaje. Se dirigió la atención en esta parte al tipo de texto, ilustraciones y espacios en blanco que se observan en el anuncio.

Plano de las operaciones pragmático- enunciativas:

Conjunto de fenómenos observables cuando se ponen en acción, en un acto comunicativo determinado, los elementos que se puede identificar dentro del esquema de la comunicación.

⁷ La autora parte de la relación icónico-verbal, ampliamente tratada en su trabajo y en los otros que sirven de referencia, aquí solo nos limitamos a definir esta relación que consiste en que el mensaje que expresa una unidad de sentido producido por el contexto a partir de la síntesis de enunciados verbales e icónicos y es portador de una intencionalidad dirigida a la formación de determinada conducta se puede conceptualizar, entonces, como un texto promocional al cual defino: texto icónico-verbal promocional

En este plano se tuvo en cuenta la estructura discursiva, la cual se asume como funcional en el contexto utilizado porque la imagen icónica empleada no tiene un carácter ornamental, sino que está en función de la intencionalidad del texto. Se realizó un análisis visual de la imagen y su relación con el texto. Además de un análisis del contenido del anuncio, en sentido general, en el que se observan los signos lingüísticos, en función de transmitir un mensaje al receptor.

Plano argumentativo:

Orientación comunicativa que el locutor le adscribe a su discurso. Para el análisis de este plano se tuvieron en cuenta los recursos lingüísticos y visuales propios del estilo publicístico.

Plano ideológico:

Cogniciones sociales, modelos o estereotipos culturales que, por una parte, actúan como un conjunto de conocimientos previos que determinan la construcción del sentido. Se tuvo en cuenta las características del contexto en relación con el texto. A partir de todos estos elementos, se observó la connotación, es decir, sus significados secundarios no explícitos. En este plano se dirigió la atención además, al uso del color como parte fundamental para la respuesta del receptor.

Al análisis de estos planos se incluye, como ya se dijo, un elemento clave considerado por Landone (2018), que es el lugar porque para este estudio es importante la ubicación de los textos (vallas de gran formato en espacios muy transitados en la ciudad). La ubicación de las piezas ofrece información y contribuye a la interpretación del mensaje, porque tienen visibilidad, tamaño, color, e iluminación adecuadas.

2.2 Análisis e interpretación de la muestra

Análisis del texto 1

Este anuncio se ubica en la intersección de Avenida de Las Américas y Patricio Lumumba.



Texto 1

Plano de la composición textual:

Esta valla se sitúa de manera horizontal y de forma rectangular, está constituido por tres sintagmas. El primero ubicado en la parte superior, está compuesto por: una forma verbal, completamente en letras mayúsculas y de color blanco. El segundo sintagma se encuentra debajo del primer sintagma un poco al centro, está compuesto por: sust (campaña) + prep (por) + art (la) + adv .negación (no) + sust (violencia) + prep (hacia) + art (las) + sust (mujeres) con letras un poca más pequeñas y de color negro. El tercer sintagma está formado por: art (El) +sust (ACOSO) + pron. personal (TE) + forma verbal (ATRASA) y letras mayúsculas. La tipología de letra que presenta no se relaciona unas con otras. Además de los textos están presentes los logos de las diferentes instituciones que participan en esta campaña publicitaria.

Plano de las operaciones pragmático enunciativas.

En la valla se encuentra una imagen sugerente, en el plano superior izquierdo aparece la figura de un hombre agrediendo a una mujer verbalmente, seguida de figuras que recrean el proceso de transformación del mono en hombre, comparando así la actitud de los hombres. La imagen es un elemento crucial ya que recoge el objetivo de la campaña publicitaria (hacer un llamado a la no violencia contra la mujer y las niñas) y su gran tamaño hace que el receptor se fije primero en ella.

El tipo de letra es totalmente distinto en los sintagmas, sin embargo el tamaño del que identifica a la campaña, ubicada debajo de “evoluciona” y “El acoso te atrasa” que aparece al final del cartel es menor, aunque son legibles desde la distancia. Los colores son blanco para las letras, naranja (color que identifica la campaña) para toda la valla y negro en las figuras. El léxico es simple, la imagen icónica empleada no tiene un carácter ornamental está en función de la intencionalidad del texto.

Plano argumentativo

Las palabras: evoluciona, acoso y atrasa tienen función connotativa pues su uso aporta reflexión y sentido de vida para todas las mujeres que se sienten identificadas con la situación que aquí se presenta. La forma verbal “evoluciona” al estar en segunda persona del singular muestra un ambiente de cercanía y de apoyo.

En cuanto al uso de recursos lingüísticos hay presencia de juego icónico y tipográfico: “el acoso te atrasa” (juego entre el texto y la imagen). Además en este anuncio la imagen presentada apoya la idea que transmite el texto, que está dirigido a los hombres.

Plano ideológico

El texto representa una campaña publicitaria de bien público, que tiene la intención de educar a un público en general; los hombres, acerca de la violencia ejercida contra la mujer. Esta información puede ser recibida por el receptor de manera positiva, pues se entiende por la relación del texto con la imagen y por la posición en que estos están ubicados. Los colores que más resaltan son el blanco, naranja (color utilizado en la campaña contra la violencia hacia las mujeres y las niñas, como ya se dijo), rojo y negro. En el fondo el naranja con el borde en blanco dándole más luminosidad y las figuras en negro destacando el lado oscuro que trae consigo las acciones de discriminación. Las palabras de gran tamaño y color en blanco recalcan la lección que ofrece el cartel, pensar diferente, para transformarse en personas sanas y alejadas del hostigamiento hacia las mujeres.

En la pieza se analizan las estructuras lingüísticas utilizadas, y sitúan las características del estilo publicístico abordadas anteriormente.

El texto se incluye dentro de la campaña de bien público "Campaña por la no violencia hacia las mujeres" su exposición tiene una duración no detallada por lo que el tiempo de recepción de la información es considerado en el presente.

Según el lugar, de acuerdo con lo planteado por Landone, al referirse a este aspecto, obtenemos:

La ubicación es acertada, ya que está en una vía muy transitada, que da acceso a la Universidad de Oriente y es una vía rápida para acceder a un núcleo urbano importante en la ciudad (Distrito José Martí), además del acceso a varias empresas.

La valla al quedar de frente y expuesta en la esquina de la cuadra alcanza una visibilidad amplia por lo que permite que se sumen más espectadores al texto

que se transmite. Su gran iluminación por los colores utilizados permite que ese lugar quede más expuesto que otros.

Análisis del texto 2

Está ubicado en la avenida Victoriano Garzón.



Texto 2

Plano de la composición textual

El cartel tiene tres sintagmas: el primero sust (Cultura) +sust (Tradicón) ubicado al costado, el segundo es un nombre propio: sust (Compay) + sust (Segundo) en la parte inferior del cartel y el tercero: pron.personal (yo) + f.v (soy) + nombre propio (Santiago). En todo el cartel se muestra la figura de un gran exponente de la música santiaguera Compay Segundo junto a su guitarra.

El tipo de letra en los sintagmas es diferente en cada caso. El cartel es de gran formato lo que facilita la visión a los espectadores y los colores que predominan son el negro, rojo y blanco.

Plano de las operaciones pragmático-enunciativas:

La valla posee tres textos, la ubicación de cada uno de ellos conforma un significado final. El primero, "Cultura y Tradición" remite al destacado guitarrista

y compositor, Compay Segundo, que dejó una serie de valores, creencias y costumbres que sobre todo recrean la ciudad. La imagen icónica empleada no tiene un carácter ornamental, sino que está en función de la intencionalidad del texto. El segundo nombre propio y el sintagma “Yo soy Santiago” destaca junto con la imagen la identidad cultural del pueblo santiaguero, la música como herencia máxima. La imagen del músico es de gran tamaño y destaca por encima del texto pero sin dejar de tener relación y reafirmar el poder de atracción hacia el receptor.

Plano argumentativo

En este plano se observan las palabras: cultura, tradición, Santiago, que tienen relación y aportan significado, pues están en el centro del imaginario del ser santiaguero, es una de las maneras en que se presenta a la ciudad.

En cuanto al uso de recursos lingüísticos hay metáfora: “Yo soy Santiago”, identificando a la cultura y la tradición, como parte del ser santiaguero.

Plano ideológico

En este plano es importante señalar el valor contextual que tiene la valla. El hecho de estar ubicada en el centro de una arteria principal en la que a diario transita una multitud de personas, que en ocasiones no son de la provincia, le da un valor significativo. El color que más resalta es el fondo negro se aprecia iluminación lo que atrapa la atención de los receptores.

Lugar

Se encuentra ubicado en una de las arterias principales de la ciudad, avenida Victoriano Garzón, adosado a una pared de un edificio reconocido por sus habitantes (que por su ubicación es referencia para ubicarse en la ciudad) muy concurrido porque en los bajos hay un supermercado (Marvi). Con su gran

tamaño logra llamar la atención de todo habitante o visitante que recorre la zona, en esa zona además, se festeja la noche santiaguera.

Análisis del texto 3

Está ubicado en carretera central a un costado de la Plaza de la Revolución Mayor General Antonio Maceo Grajales



Texto 3

Plano de la composición textual:

Esta valla es de gran tamaño; presenta cuatro sintagmas que tienen una letra legible; se encuentran los colores blanco y negro en las letras. El primer sintagma es el sust (Santiago) que está ubicado en la parte superior del cartel con un gran tamaño. El segundo lo conforma el sust (rebelde) + adv.tiempo (ayer), el tercer y cuarto sintagma están conformados de la misma manera: adj (hospitalaria) + adv.tiempo (hoy) y adj (heroica) + adv.tiempo (siempre) los tres últimos ubicados en la parte inferior del cartel. Se mantiene el mismo tipo de

letra y se destaca que el nombre de la provincia es el que está con mayor tamaño y completamente en mayúsculas.

Plano de las operaciones pragmático-enunciativas:

Es de gran tamaño, igual que los otros analizados y todos los recogidos en la muestra; en la parte superior y en primer plano formando parte de la palabra SANTIAGO (en letras negras), hay una imagen conocida del líder de nuestra Revolución Fidel Castro Ruz, empuñando, en posición de triunfo, un fusil sobre un fondo azul que representa el cielo. Debajo vistas de sitios icónicos de la ciudad, a saber, uno de los torreones del Castillo del Morro, la bahía, parte de la Sierra maestra y un plano de la ciudad que simboliza el llano. En el borde inferior derecho en letras blancas sobre fondo negro la consigna con que se presenta la ciudad: "REBELDE AYER, HOSPITALARIA HOY, HEROICA SIEMPRE".

De manera que los cuatro sintagmas que aparecen en la valla son nominales, en todos se mantiene el mismo tipo de letras, aunque varía el tamaño, en correspondencia con lo que se quiere resaltar y el lugar que ocupa cada uno.

Plano argumentativo:

La utilización del nombre de la ciudad le da prestigio porque constituye el nombre de una de las provincias que tuvo más desempeño en la historia del país como la de más tradición cultural. En el texto un elemento lingüístico utilizado es la personificación el cual es una representación de las cualidades de la ciudad y su gente. En este plano vale destacar el uso de recursos visuales: las figuras de las imágenes tienen un significado simbólico. Su uso tiene una connotación histórica pues además de informar representa la historia de la ciudad.

Plano ideológico:

La valla detalla brevemente lo que representa Santiago, tanto lingüísticamente como visual. Le define al espectador las tradiciones y enseñanzas que ha experimentado la ciudad con los años y los invita a que se adentren a sus paisajes y .servicios.

Lugar

Está ubicado en una de las vías que da entrada a la ciudad, cuando comienza una de las partes más concurridas, por los servicios que a lo largo de esa vía se prestan, varios hospitales, tiendas de productos comerciales, servicentros, está en una de las esquinas de la Plaza de la Revolución y donde comienza la avenida Patria, al final de la cual está el Cementerio patrimonial de Santiago de Cuba donde reposan los restos de líderes y mártires de la patria, entre ellos los de Fidel Castro.

Conclusiones

El desarrollo de esta investigación cumplió el objetivo propuesto, por lo que se concluye que, los elementos lingüísticos y visuales del paisaje lingüístico colocados en Santiago de Cuba conforman el imaginario de la ciudad.

En esta tesis se adoptaron presupuestos teóricos y metodológicos básicos de la lingüística, la semiótica, la publicidad y criterios acerca del paisaje lingüístico; que sirvió para montar el algoritmo metodológico que estructuró la misma además del análisis bibliográfico que permitió sentar las bases lingüísticas en que se apoyó.

Al indagar en la muestra seleccionada, pudo advertirse que el uso de elementos lingüísticos y visuales tanto el tamaño del cartel como su ubicación, evidenciaron la presencia del imaginario social en el paisaje lingüístico de la ciudad de Santiago de Cuba.

Recomendaciones

- Continuar el estudio de análisis lingüísticos en otras vías comerciales y ciudades del país con el fin de observar otros comportamientos en el paisaje lingüístico.

Bibliografía

Barni, M. and Bagna, C. (2015): The Critical Turn in LL: New Methodologies and New Items in LL, in "Linguistic Landscape" 1 [1/2], pp. 6-18.

Berger, P. y T. Luckmann. (1986): La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu.

Blackwood, R.J. (2015): LL Explorations and Methodological Challenges. Analysis of France's Regional Languages, in "Linguistic Landscape" 1 [1/2], pp. 38-53.

Botero Montoya, Luis Horacio y Galvis Ortiz, Carlos Alberto (2006): Comunicación pública: Repensar la comunicación para la democracia. Editorial: Universidad de Medellín.

Bürki, Yvette y Chariatte, Nadine (2014): Presencia del español en el paisaje urbano de Washington DC. Disponible en: <https://www.holacultura.com/presencia-del-espanol-en-el-paisaje-urbano-de-washington-dc/> .Consultado el 12 de enero del 2020.

Charaudeau, Patrick (1998): Las grandes problemáticas del análisis del discurso. Conferencia ofrecida en la Universidad de París XIII Publicada en la traducción de María de Lourdes BerruecisV. En la revista Estudios de Lingüística Aplicada. Año 16, Número 27, Julio (pp. 11-26)

Delgado, Manuel y Malet, Daniel (2013): El espacio público como ideología. (s.d).Delgado Montejo, Mildred Maritsa Lenguaje icónico. Disponible en. (consultado el 20 de enero del 2020).

Díaz, Cardona R. (2016): Ambient text and the becoming space of writing, in "Environment and Planning D: Society and Space" 34 [4], pp. 637-654.

Duranti, A. (2007): Etnopragmatica. La forza del parlare, Carocci Editore, Roma.

Eco, U. (1978): Trattato di semiotica generale, Bompiani, Milano.

Escobedo, Daína (2007): Recursos argumentativos en textos publicitarios desarrollados sobre el tabaco cubano. (Tesis inédita en opción al título de Licenciado en Letras).

Díaz Téllez, Ángel Saúl: Apuntes para comprender la ciudad: aproximaciones semióticas para la interpretación del espacio público* Forma y Función Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD Colombia.

Dijk, Van. A. T. (1997): The Study of Discourse. In: Discourse as Structure and Process. Sage, London.

Duplatt, Eduardo Adrián (2006): El lenguaje de la ciudad Narrativas. Revista Patagónica de Periodismo y Comunicación, nro. 9, julio /septiembre de 2006 - www.narrativas.com.ar

ENTEL, Alicia (1996): La ciudad bajo sospecha. Comunicación y protesta urbana. Buenos Aires, Paidós.

Franco, J.M. (2008): El paisaje lingüístico del condado de los ángeles y del condado de Miami-Dade: propuesta metodológica. Recuperado el 20 de febrero de 2018 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2860681>.

Fowler, R. (1986): Linguistic Criticism. Oxford: O.U.P. p. 85 – 86

Guerra, A.M. (2007): El texto icónico-verbal en los mensajes promocionales preventivos de salud (VIH-SIDA, una aproximación necesaria (Tesis de doctorado).

González, Katsileidis (2018): Análisis lingüístico de anuncios del sector privado en el Corredor patrimonial Enramadas, entre las calles Paraíso y General Lacret (San Pedro) Santiago de Cuba. (Tesis de diploma)

Gómez, Arturo Pedro (2001): "Imaginario social y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad" en Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy versión On-line ISSN 1668-8104 n.17 San Salvador de Jujuy nov. 2001

Gorter, D. (2013): Linguistic Landscapes in a Multilingual World, in "Annual Review of Applied Linguistics" 33, pp. 190-212.

Highmore, B. (2002): Introduction: Questioning Everyday Life, in Highmore B. (ed.), The everyday Life Reader, Routledge, London/New York, pp. 1-34.

Huebner, T. (2016): Linguistic Landscape: History, Trajectory and Pedagogy, in "Manusya" 22, pp. 1-11.

(Licenciatura en Comunicación Pública. Disponible en <https://www.cucsh.udg.mx/com>(consultado el 12 de enero del 2020) Universidad de Guadalajara. Derechos reservados 1997- 2012.

L, Nicolas (2014): Sobre paisaje lingüístico. Disponible en <http://blog-de-traducccion.trustedtranslations.com/sobre-el-paisaje-linguistico-2014-08-15.html>. (consultado el 20 de enero del 2020).

Landone, Elena (2018): Las imágenes lingüísticas del paisaje urbano de la migración. Una reflexión metodológica de enfoque pragmático.

Landry, R. y Bourhis, R.Y. (1997): Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study, en Journal of Language and Social Psychology 16 (1), 1997, 442- 468.

Nash, J. (2016): Is Linguistic Landscape Necessary? in "Landscape Research" 41 [3], pp.380-384.

Lefebvre, H. (1978): Derecho a la Ciudad. Barcelona: Península.

Pintos, J.L. (1995): Los imaginarios sociales. La nueva construcción de la realidad social, Madrid, Sal Terrae/I."Fe y Secularidad", «Orden social e imaginarios sociales: una propuesta de investigación», Revista PAPERS, nº 45 (1995) 101-127; "La nueva plausibilidad (La observación de segundo orden en Niklas Luhmann)", Revista ANTHROPOS, nº 173/174 (1997) 126-132.

Rámila, N. (2015): El paisaje lingüístico o la construcción de un espacio híbrido en el Instituto Cervantes de París. Recuperado de <http://estudiosinterlingüísticos.files.wordpress.com>. (consultado el 20 de enero del 2020).

Restrepo, M. (1987): Apuntes para una semántica de lo cotidiano. Revista Signo y Pensamiento, 11, 31-44.

Rodríguez, Rosemaris (2018): "Análisis semiolingüístico de anuncios del sector estatal en el paisaje lingüístico del Corredor patrimonial de Enramadas". (Tesis de diploma)

Santiago de Cuba. Disponible en: <https://www.cubadebate.cu/com>(consultado el 2 de marzo del 2020)

Anexos

Anexo 1: Codificación de la muestra utilizada en el análisis.

Anexo 2: Codificación de la muestra.

Anexo 1: Codificación de la muestra utilizada.



Foto número 1. Plano general. Es de bien público



Foto número 2. Plano general. Es de carácter cultural.



Foto número 3: Plano general. Es de carácter histórica.

Anexo 2: Codificación de la muestra.

La muestra parte de la intersección de la avenida de las Américas y Patricio Lumumba, luego toda la Avenida de las Américas hasta Ferreiro, en este tramo encontramos desde la foto número 1 hasta la 14 una foto de bien público y las otras de carácter histórico. Se continúa por la Avenida Victoriano Garzón hasta carretera central km 969 intersección con la heladería la Arboleda, en este otro tramo desde la foto número 15 hasta la número 38 encontramos toda una variedad de vallas tanto de bien público como culturales, ambientales e históricas. Siguiendo el recorrido desde carretera central hasta calle 6 de Santa Rosa, encontramos desde la foto 39 hasta la número 55 fotos eminentemente históricas, artísticas y referidas a la salud. Luego calle 6 hasta la intersección con Lumumba, y Lumumba hasta concluir en Avenida de las Américas tenemos desde la foto 56 hasta la 59 fotos de carácter histórico y de bien público.

Algunas fotos fueron tomadas desde un plano general y otras desde un primer plano.