

**EL PARADIGMA DE LA SEMIÓTICA CULTURAL COMO HERRAMIENTA DE
COMPRENSIÓN PARA LA CULTURA VISUAL INFANTIL.
The paradigm of cultural semiotics as a tool for understanding visual culture
of childhood.**

Autores: Pedro Chacón¹ y Joaquín Sánchez-Ruiz²
Dptos. ¹ Didáctica Expres. Musical, Plástica y Corporal y ² Escultura. Universidad de Granada.
Contacto: ¹ pchacon@ugr.es y ² joaquinj@ugr.es

Enviado: 16/10/2012
Aceptado: 10/11/2012

Resumen

En el presente texto teorizamos en torno al hermanamiento de la cultura visual y la semiótica cultural, habida cuenta que ambas poseen rasgos comunes. Esta fusión proporciona una herramienta innegablemente válida y efectiva para analizar el mundo que nos rodea y los significados que las personas otorgan a los símbolos de su propia cultura. Una vez definido el paradigma, mostramos que podemos aplicarlo en temas específicos, como la cultura visual infantil. Mostramos ejemplos de ámbitos de actuación, cuando usamos este método en el dibujo de los niños y niñas. El texto contiene una revisión bibliográfica actualizada.

Palabras clave: Semiótica cultural, cultura visual, dibujo infantil, mass media.

Abstract

In this text we theorize about the twinning of visual culture and cultural semiotics, because both have common features. This merger provides a undeniably valid and effective tool to scan the world that surrounds us and the meanings we give to the symbols of our own culture. Once defined the paradigm, we show that we can apply to specific subjects, such as children's visual culture. We give examples of areas of action, when we use this method in the drawing of the children. The text contains updated bibliographic review.

Keywords: Cultural semiotic, visual culture, drawing, mass media.

CULTURA VISUAL INFANTIL

El término *Cultura* se define como “el conjunto de conocimientos que permiten desarrollar juicio crítico”, según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española. En las tres últimas décadas se ha producido una renovación en lo que se refiere a la definición de cultura visual, sobre todo dentro del ámbito científico. Autores como Aznar, Batista y González (2000) también han definido el significado del término cultura, refiriéndose a él como a algo más que a un conjunto de datos. Así, *Cultura [...] está referida al conjunto de herencias que testimonian y canalizan la trayectoria de la supervivencia del grupo social.*

En la actualidad se revela como un medio fundamental para que los científicos sociales comprendan cuestiones como los procesos, las identidades y el cambio social. Esta transformación, denominada *giro cultural*, ha supuesto una renovación en la forma en que se comprende la vida social. Ésta ha pasado a entenderse como el conjunto de ideas que las personas tienen, tanto de ellas mismas como del grupo en el que viven (Steinberg y Kincheloe, 2000).

Los cambios más profundos de nuestra cultura contemporánea han venido fundamentalmente de la mano de los contenidos transmitidos a través de los medios de comunicación. Estamos constantemente inmersos en una nueva realidad, donde el espectador se expone a un sinfín de imágenes diarias. Esta circunstancia ha desempeñado un importante papel en lo que se refiere al proceso de *debilitamiento de la infancia*. Hoy en día, los padres ya no controlan las experiencias culturales de sus hijos/as. Éstos se ven expuestos diariamente a una gran cantidad de imágenes para consumir, sin prácticamente control por parte de sus familias. Los programas de televisión, el mundo de las imágenes, las películas de animación (presentes en la televisión pública, en la televisión por cable, en DVD, a través de descargas en Internet, etc.) y los videojuegos representan un ámbito exclusivo de los niños/as, a través del cual se produce una continua transmisión de valores a los más pequeños. En la actualidad se les ofrece una particular visión del mundo, que dista mucho de parecerse a la de apenas hace algunos años, donde pocas experiencias culturales no estaban compartidas, controladas u observadas por las figuras paternas (Buckingham, 2005).

Estas nuevas realidades, en lo que se refiere a la cultura de la infancia, han dado lugar a un modo pluridisciplinar de interpretar, estudiar y evaluar las experiencias culturales vinculadas al ámbito infantil. Los nuevos estudios culturales, desarrollados en diferentes contextos sociales, teóricos e históricos, han ampliado considerablemente el número de perspectivas que nos ofrece en la actualidad la educación de la infancia. Se atiende a nuevos temas como:

- La forma en la que representan los niños/as la educación infantil.
- La imagen que tienen de sí mismos.
- Los signos y señales presentes en las imágenes visuales que más les interesan.
- Lo que aprenden de esos signos y señales.
- La forma en que retratan el poder social que sobre ellos tienen los adultos.
- La idea que los docentes tienen de la infancia.

- La forma en la que es posible conseguir que los niños ofrezcan información sobre el efecto de la cultura popular en su visión del mundo, etc.

El desarrollo de estas ideas ha abierto nuevos caminos para la investigación. Caminos que es posible recorrer dentro del ámbito de la educación artística (Steinberg y Kincheloe, 2000).

Esta reflexión se centrará en la asunción de alguna de las vías de estudio mencionadas anteriormente, con una línea de indagación y pensamiento educativo ligada a la semiótica cultural. Con ello, pretendemos desarrollar una educación que trate la revolución cultural de la que somos testigos, enseñando a los niños/as a dar sentido, tanto al mundo de las imágenes, como al desconcierto de información existente. La escuela se podría convertir, de esta forma, en un espacio en el que construir significados y expresiones que dirigiesen su mirada, tanto hacia la comprensión como hacia la interpretación de la realidad. (Steinberg y Kincheloe, 2000)

LA SEMIÓTICA Y CULTURA VISUAL: EL USO DEL MÉTODO SEMIÓTICO CULTURAL EN EL ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES VISUALES.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de semiótica cultural? En primer lugar definiremos la semiótica como la disciplina que aborda la interpretación de los lenguajes – sean éstos del tipo que sean– y la producción de sentido a través de los mismos. La semiótica es el área que estudia los fenómenos significantes, los objetos de sentido, los sistemas de significación, los lenguajes, los discursos y, además, los procesos asociados a ellos, como son la producción y la interpretación de mensajes de cualquier tipo. Esto es así porque toda producción e interpretación de unidades de sentido constituye una práctica significativa, un proceso de semiosis que se vehicula mediante signos y se materializa en textos, imágenes, gestos, etc. Las primeras investigaciones semióticas que parten de un análisis cultural fueron relacionadas con las figuras de Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure a principios del siglo XX, quienes afirmaban que cualquier sistema de significación –verbal, gestual, visual, etc.– funciona de la misma manera que el lenguaje verbal, es decir, por pequeñas unidades de sentido cargadas de contenido y expresión.

Estudios más recientes de semiótica cultural incluyen diferentes formatos expresivos como la fotografía, el cine, la publicidad o cualquier otro tipo de estímulo visual, que yuxtaponga o implique varios sistemas de signos, como los pensamientos, recuerdos, experiencias de vida, etc. (Haywood, 2004). Esto significa que cuando cualquier observador se halla contemplando una imagen, entran en juego diferentes experiencias y conocimientos subjetivos, que le confieren a dicha imagen una entidad determinada, que no tiene por qué ser compartida con el significado que le dé otra persona a esa misma imagen. Además, este sentido se construye, normalmente, de manera social o cultural, por lo que es más que posible que un grupo de personas que pertenezcan a una misma comunidad entiendan el significado de una misma imagen de manera similar.

Una vez fijado el concepto de semiótica cultural, intentamos aplicarlo como método de investigación, para esclarecer la interpretación que los seres humanos hacemos de una imagen determinada. El método semiótico del que hablamos no es un método de uso común en el ámbito de la educación artístico-educativa. Una de las investigadoras pioneras en su aplicación fue Judith Williamson en su obra *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising* (1978). En ella asegura que el hecho de que los anuncios se encuentren por todas partes, permite que se conviertan en formas autónomas, que nos influyen en nuestras vidas. Esta autora accede a la aparente autonomía de los anuncios, desenmascarando su condición ideológica, distinguiendo entre las estructuras de la realidad y el falso conocimiento ofrecido por los anuncios. En definitiva, utiliza la semiología, a la que describe como una ciencia, como un método de análisis del funcionamiento del imaginario.

Un estudio más reciente que aplica el método semiótico cultural lo aporta Deborah L. Smith-Shank (2004). Esta autora mantiene, en su libro *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs and Significance*, que los campos de la semiótica y la cultura visual pueden aproximarse dado que su asociación natural está demostrada. Esto resulta obvio, si tenemos en cuenta que la semiótica estudia los signos y símbolos de las culturas, y la cultura visual se conforma por tales elementos. Smith-Shank recopila distintas experiencias llevadas a cabo por diferentes autores, que han abordado sus investigaciones con similar enfoque, mostrando así una conexión entre ambas materias. Es el caso de María Stokrocki (2004) y su interpretación y descripción del carnaval durante un desfile de disfraces de Halloween en Tempe, Arizona; Carol Jeffers (2004) y su estudio de los cambios de perspectiva desde que era una niña hasta que se convirtió en profesora de arte, respecto a la Gioconda; Enid Zimmerman, Adele Flood, Kit Grauer y Rita Irwin (2004) y sus historias acerca de colecciones de signos que conforman sus propias identidades, que apoyan sus prácticas en la enseñanza; Paul Duncum (2004) y su lectura semiótica de las representaciones visuales que se hacen de los niños en los anuncios de televisión y demás medios de comunicación; Julie Mc Guire (2004) y las formas de publicidad que impregnan nuestra cultura y lo que éstas revelan acerca de nosotros mismos o Christine Woywod (2004) y las prácticas de su enseñanza en un intento de diseñar un currículo que incluyese tanto cultura visual como semiótica en las clases de arte.

Basándose en todos estos ejemplos Smith-Shank concluye que los estudios de semiótica cultural resultan un método innegablemente válido y efectivo a la hora de analizar el mundo que nos rodea y los significados que los seres humanos otorgamos al mismo. Esta investigadora puntualiza además que un signo es todo aquello que represente algo para alguien, por lo que puede presentarse tanto en forma de palabras escritas y habladas, como a través de imágenes, gestos u objetos. Los significados atribuidos a estos signos cambian con el tiempo inevitablemente, en función de los contextos y de nuestra propia comprensión. Por ello, nunca sabremos todo lo que un signo específico entraña para otra persona, pues ésta lo leerá en función de sus propias experiencias, intereses y hábitos cambiantes.

La obra de Smith-Shank es, en definitiva, un intento de conversación comunitaria sobre la autenticidad del significado en función de las formas de interpretación semióticas. Partiendo de los ejemplos ofrecidos anteriormente, se deduce que ningún autor ni receptor de imágenes posee la verdad absoluta, pues cada uno se asoma desde el balcón de su propia experiencia y conocimiento. Así, en un proceso de comunicación basado en imágenes, la

cultura visual está involucrada de forma irreversible, haciendo que determinados objetos particulares, las propias experiencias y una determinada situación contextual formen parte del proceso de lectura del mundo. Por todos estos motivos, los campos de la educación artística y la semiótica han ido más allá de los estudios formalistas y estructuralistas, llegando a definir la obra de arte como un dispositivo que puede ser analizado en base a las modificaciones e interpretaciones realizadas por su autor de los códigos comúnmente socializados (Smith-Shank, 2004). Así, las imágenes cuya interpretación puede implicar diferentes posibilidades semióticas no sólo transmiten mensajes sino que pueden ser generadoras de otros nuevos, que no tienen por qué tomar sólo la forma de la palabra escrita. Uno de los primeros semióticos en hacer referencia a este hecho fue Göran Sonesson (1997), quien sostiene que la actual sociedad de la información es una sociedad de imágenes, a la par de lo que en su día fuese la palabra para los formalistas rusos y la Escuela de Praga.

De hecho, los ejemplos más tempranos de comunicación escrita en los infantes son siempre dibujos; pues antes de que los pequeños puedan escribir lo que está en su mente son ya muy capaces de dibujarlo. De esta forma, la imagen incluye ideograma y experiencia y a través de ella realizan una eficaz transmisión de significados y una construcción de sus recuerdos. Esta idea esbozada por Gergen (1993) encuentra aplicación en un estudio realizado por Haywood (2004), en el cual se desarrolla un modelo de interpretación de la cognición y el intercambio cultural. En este trabajo, el autor utilizó un paradigma que trata de explicar la forma en la que se produce el aprendizaje social y la formación de la identidad. Para ello ofreció a un grupo de niños/as la oportunidad de utilizar herramientas visuales con las que narrar sus propias experiencias, transformando con ello las imágenes en puro significado. Haywood formuló a los niños/as la siguiente pregunta: “¿Qué es grande?”. Ante esta cuestión un niño respondió: “Un cráneo de dinosaurio es grande”. Su respuesta tenía que ver con la visita a un museo que había realizado con su padre y, al hacer un dibujo, el niño representó una figura de sí mismo a mayor tamaño que el resto de los personajes, junto con la figura del dinosaurio, representado también a gran tamaño. Una de las conclusiones prácticas de este estudio es que el dibujo infantil resulta un medio idóneo para recoger información en determinadas investigaciones. El dibujo así tomado nos asiste como medio de interpretación de las reflexiones de los sujetos analizados, al igual que lo haría una declaración verbal o una entrevista.

Casi al unísono, Tanius Karam (2005) trató el tema de la imagen como lenguaje en relación con la semiótica. Este autor propone analizar los significados de las imágenes dentro de una *semiótica de lo visual*, argumentando que el estudio de este ámbito es más variado de lo que a priori aparece. Según Karam, la imagen es un componente fundamental de la cultura, de la vida social y de la vida política, por lo que estudiarla o utilizarla como método de análisis nos puede permitir acercarnos al sentido que tienen sus construcciones en la sociedad y a las relaciones que se establecen entre los receptores de las mismas y sus usos sociales.

LA APLICACIÓN DEL MÉTODO SEMIÓTICO CULTURAL.

Basándonos en estas investigaciones, podemos trasladar el dibujo infantil al paradigma semiótico cultural. A través de su uso, podemos observar el pensamiento del niño/a en acción de manera espontánea y directa. Se trata de discernir a través de sus creaciones los aspectos de las imágenes presentes en los medios de comunicación que más les influyen, así como la manera en la que éstas han sido interpretadas e interiorizadas por ellos/ellas. Explicamos la aplicación hecha en este estudio del método semiótico cultural en dos fases:

1. Contextualización de los símbolos culturales.

En primer lugar hemos de definir y contextualizar los símbolos culturales que surjan de los diferentes productos de la cultura visual infantil, de forma analítica. De esta forma, observamos cómo han evolucionado determinadas figuras o arquetipos culturales a lo largo de un determinado período de tiempo. Este análisis ha de realizarse, siempre, de acuerdo con los significados que, socialmente, las personas hemos conferido a determinados personajes o conceptos. A partir de estos análisis obtendremos toda una tipología de elementos que, una vez clasificados y contextualizados, nos permitan comprobar cómo la cultura popular otorga a una misma figura, personaje o símbolo, diferentes significados en función del momento.

Si tenemos en cuenta que una de las pretensiones de la semiótica es aclarar las diferencias existentes entre signo y significado, el primer paso para llevar a cabo un análisis semiológico de la imagen será identificar sus elementos básicos, esto es, sus signos. Según Bal y Bryson (1991) no es fácil distinguir los signos visuales, porque no existen límites claros entre las diferentes partes de una imagen. Sin embargo, una vez que éstos han sido provisionalmente aislados, sí resulta más factible explorar sus significados.

2. Análisis de las relaciones de significado que se establecen entre el espectador y las imágenes visuales.

En segundo lugar, empleamos el dibujo infantil como forma de acercarnos a la manera en que los niños/as relacionan su propio contexto social y familiar con sus referentes culturales. Intentamos, en definitiva, llegar a conocer el tipo de relación que el niño/a establece con los símbolos de las imágenes visuales llevando a cabo actividades de expresión plástica. Esta actividad posibilita observar si existe una correspondencia entre el dibujo infantil como expresión de símbolos que aparecen en series o películas de animación que podemos proponerles. Así se conectan los significantes con unos espectadores activos que interpretan aquello que se les narre.

Williamson (1978) argumentó que una imagen –en este caso un anuncio de televisión– puede presentar distintos significados según el imaginario social y cultural de sus espectadores, afirmando que la semiología de lo visual, en la mayoría de las ocasiones, produce lo que, según Hall (1982), se denomina el *sentido preferido*. En base a esta idea, cualquier signo podría poseer diferentes significados, dependiendo de la persona que lo

leyera. Si no existe un espectador que decodifique el anuncio, éste permanecerá mudo, pues todos los signos dependen de la existencia de unos receptores concretos para su proceso de significación. Por eso prestamos atención a las interpretaciones que los espectadores tienen de determinadas imágenes, pertenecientes a su universo cultural cotidiano. Lo cierto es que esas imágenes indirectamente invitan a los espectadores a crear significados y, en consecuencia éstos no permanecen pasivos.

CÓMO SE ABRE ESTA INVESTIGACIÓN AL FUTURO.

El paradigma Semiótico Cultural, que podemos aplicar al ámbito del dibujo infantil, puede permitirnos avanzar en los siguientes aspectos:

1. Analizar la visión de los infantes sobre sí mismos y de la sociedad, comprobando en ellos el grado de influencia de las imágenes a las que son expuestos.
2. Desvelar cómo los niños/as emplean significados a través de unos dibujos, que dan cuenta de su relación con elementos culturales y sociales mediados por las imágenes de la cultura popular.
3. Comprender el significado que dan los niños/as a los elementos pertenecientes a su cultura visual.
4. Profundizar en el dibujo como método que favorezca una mayor comprensión de la cultura infantil contemporánea.

En varios estudios realizados en los últimos años (Chacón y Sánchez-Ruiz, 2009 y 2011) detectamos cómo han evolucionado los conceptos de familia y género en los productos audiovisuales televisivos destinados a los más pequeños. Para ello, hemos aplicado un análisis desde la óptica de la semiótica cultural, como una herramienta útil para profundizar en la forma en la que los niños/as de Educación Infantil observan e interpretan estas importantes nociones. Es particularmente fecundo el tema de la familia y el género en el tratamiento de imágenes, donde se mantienen aún grandes diferencias. La cultura visual infantil sigue originando prototipos sexistas. Baste observar los anuncios de juguetes dirigidos a las niñas, sin cambios sustanciales desde los años cincuenta del pasado siglo. Tampoco las películas de animación ofrecen muestras de equilibrar diferencias en las desigualdades en el trato según el género. Estos arcaísmos no sólo se han debilitado con el tiempo, sino que parecen que cobran fuerza. En la trama, la figura femenina realiza el papel de objeto de reclamo o coprotagonista, que obedece las iniciativas masculinas. Henry Giroux (en Steinberg y Kincheloe, 2000) afirma que el único atisbo de modernidad se refiere a la renovación de ideales de belleza y atuendos, pero no su remoción.

Este y otros temas abren un futuro de investigación que promete ser fecundo en el campo del arte infantil.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZNAR, F., BATISTA, V. y GONZÁLEZ, L. (2000). Patrimonio, figuración gráfica infantil y aprendizaje. Relación dinamizada a través del discurso del lenguaje visual. En Hernández, M. y Sánchez, M. (Coords.) *Educación artística y arte infantil* (pp. 65-78). Madrid: Fundamentos.

BAL, M. y BRYSON, N. (1991): Semiotics and art history, en *Art Bulletin*, vol.73, n.2, pp. 174-208.

BUCKINGHAM, D. (2005): *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.

CHACÓN, P. Y SANCHEZ-RUIZ, J. (2009): La estructura familiar de los Simpson a través del dibujo infantil. *Revista mexicana de investigación educativa*, nº43, 1129-1154.

CHACÓN, P. Y SANCHEZ-RUIZ, J. (2011): La familia en las series de animación infantil. *Arte y movimiento*, 5, 19-25. Disponible en: <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/artymov/article/view/622/549> [Consultado en: Marzo, 2011].

DUNCUM, P. (2004): Art education and semiotic readings of mass media. En Smith-Shank, D. (Ed.): *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance*. (pp. 104-115), National Art Education Association.

GIROUX, H. (1997): ¿Son las películas de Disney buenas para sus hijos? En Steinberg, R y Kincheloe, J. *Cultura infantil y multinacionales* (pp. 65-78). Madrid: Morata 2000.

HAYWOOD, J. (2004): Text, image, and bodily semiotics: Repositioning african american identity, en Smith-Shank (Ed.), *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs and Significance* (pp. 72-78). National Art Education Association.

JEFFERS, C. (2004): Meaning about Mona , en Smith-Shank, D. (Ed.): *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance* (pp.11-14). National Art Education Association.

KARAM, T. (2005): *Introducción a la semiótica*. Barcelona: Portal de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab lec/18. pdf>. [Consultado en: Marzo, 2010].

McGUIRE, J. (2004): When it reign it pours: Selling art in advertising, en Smith-Shank, D (Ed.): *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance*, (pp 35-39). National Art Education Association.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001). *Diccionario de la Lengua Española* (22a Ed.) [Consultado en: Septiembre 2012] Madrid, Espasa-Calpe.

SONESSON, G. (1997). Semiótica de la cultura de la sociedad de imágenes. De la reproducción mecánica a la producción digital. *Heterogénesis*, n.20, pp.16-37.

STEINBERG, R Y KINCHELOE, J.L. (2000): *Cultura infantil y multinacionales*. Madrid: Morata.

STOKROCKI, M. (2004): A postmodern semiotic view of the carnivalesque in a masquerade Parade, en Smith-Shank, D (Ed.): *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance* (pp.56-62). National Art Education Association.

SMITH-SHANK, D. (2004). What's your sing? Searching for the semiotic self, en Smith-Shank, D. (Ed.): *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance* (pp. 1-4). National Art Education Association.

ZIMMERMAN, E., FLOOD, A., GRAUER, K. e IRWIN R. (2004): Art educators road show: How collecting stuff can enhance art education practice, en Smith-Shank, D. (Ed.): *Semiotics and Visual Culture: Sights, Signs, and Significance* (pp. 15-24). National Art Education Association.

WETHERELL, M. y EDLEY, N. (1999): *Negotiating hegemonic masculinity: Imaginary positions and psycho-discursive practices*. Disponible en: <http://www.linguistics.ucsb.edu/faculty/bucholtz/conference/WetherellPaper.pdf>, Consultado en: Febrero, 2009]

WILLIAMSON, J. E. (1978). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.