

LA IMPORTANCIA DEL SIGNIFICADO EN LA COMUNICACIÓN DE MENSAJES: IDENTIFICANDO LOS ELEMENTOS DE PROTOTIPICIDAD EN MUÑECAS

Gasca Valencia, María Camila (1), Romero González, Elvira Margarita (2)

1 [Diseño Industrial, Universidad Antonio Nariño, Cali Colombia] | [margasca@uan.edu.co]

2 [Departamento de Diseño, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | [margareth_glez@yahoo.com]

Resumen

Para este trabajo se encontró que para el desarrollo de una comunicación efectiva se debe tener en cuenta los significados que presenta un auditorio de aquello que se le pretende comunicar, es a partir de esto y de lecturas sobre la lingüística cognitiva que se buscó el significado para la categoría Muñeca Maniquí que tiene el auditorio infantil partiendo de un análisis de imágenes que arrojó como hipótesis que el posible núcleo de esta categoría era el cabello largo, para confirmar lo anterior se realizaron diez entrevistas a usuarios de ocho a nueve años confirmando la hipótesis planteada e identificando la fortaleza del mismo al grado de permitir prácticamente cualquier modificación en el aspecto corporal mientras el núcleo cabello largo se mantenga. Si la muñeca presenta vestuario a la moda aumentan las posibilidades de elección de la misma.

Abstract

For this work it was found that for the development of an effective communication one must take into account the meanings presented by an audience of what is intended to communicate, it is from this and from readings on cognitive linguistics that the meaning was sought for The Doll Manikin category that has the children's auditorium based on an analysis of images that hypothesized that the possible nucleus of this category was long hair, to confirm the above ten interviews were made to users from eight to nine years confirming the hypothesis raised And identifying the strength of the same to allow practically any modification in the body aspect while the nude long hair is maintained. If the doll presents a fashionable wardrobe, it increases the possibilities of choosing it.

Palabras Claves

Muñeca Maniquí; Lingüística Cognitiva; Categorización; Prototipo; Núcleo

INTRODUCCIÓN

La palabra significado procede del latín *significāre*, compuesto de las raíces *signa*, que significa señal o signo y *ficāre* o *facere* que significa hacer, edificar, construir y el sufijo *ado* que confiere la acción. De acuerdo con lo anterior el significado es algo que se construye, que se transmite. Por otro lado, la palabra comunicación proviene del latín *communicare* que significa compartir algo, poner en común. De acuerdo con lo anterior para que la comunicación se establezca requeriría de poner en común significados y la manera de hacerlo es a partir del conocimiento de los significados que las personas poseen acerca de aquello que se les pretende poner en común. Estos significados se desarrollan en la mente de las personas y es un proceso del cual no se es consciente la mayor parte de las veces ya que funciona de forma automática; somos conscientes de ello cuando nos enfrentamos a algo que resulta ser de nuestro interés. La formación de los significados son producto de un trabajo de interpretación de los signos que aparecen en la cotidianidad, somos animales simbólicos ya lo decía Cassirer; así mismo la conformación de significados depende de la experiencia, del contexto en el que se desarrollan las personas, así como de las características de los receptores sensoriales que cada individuo posea.

Las ciencias cognitivas tienen como campo de estudio conocer y comprender la naturaleza de la cognición y la conducta humana, desde un carácter científico e interdisciplinar. En este contexto, George Lakoff y Mark Johnson (2004), ambos lingüistas cognitivos realizaron una investigación en la que descubren que la categorización es un organizador cognitivo, es un fenómeno básico en los seres humanos para la comprensión del mundo que nos rodea, es un proceso al cual se llega de forma graduada producto de las experiencias personales y del contexto en el que nos desarrollamos. “La categorización es un mecanismo de la organización de la información obtenida a partir de la aprehensión de la realidad, que es en sí misma variada y multiforme” [1] de forma resumida la categorización es la organización de la información de los hechos en el mundo en unidades manejables, esto nos permite simplificar la infinitud

de información con la que nos encontramos todos los días así que en este sentido se convierte en un fenómeno de economía cognitiva.

Aunado a la categorización, ésta presenta el fenómeno de prototipicidad. Lakoff y Johnson (2004) explican que como parte de nuestras evaluaciones cotidianas y automáticas juzgamos ciertos objetos como más o menos representativos de las categorías en las que las incluimos, los miembros más representativos de la categoría son los prototipos, el prototipo es lo que suele venir a la mente cuando se piensa en el concepto o categoría. Dentro de los prototipos existe el núcleo que comprende las propiedades fundamentales que distinguen a los miembros del concepto. Es importante aclarar que las categorías o conceptos, así como los prototipos y núcleos que la gente genera no son universales, sino que éstas dependen, como ya se había mencionado anteriormente, de las experiencias y del contexto en el que los individuos se desarrollan, pero tampoco implica que sean completamente individuales, sino que precisamente el hecho de vivir en sociedad, en comunidad posibilita que las categorías, prototipos y núcleos sean compartidos. De acuerdo con lo anterior el conocimiento previo de las categorías, prototipos y núcleos que determinados auditorios han generado alrededor de ciertos temas resultaría ser información imprescindible para el desarrollo de comunicaciones efectivas.

De acuerdo con esto esta investigación tiene como fin el desarrollo del análisis de los elementos prototípicos que tienen las muñecas maniquí en el auditorio infantil femenino y el núcleo de esta categorización

MATERIALES Y MÉTODOS

En primer lugar, se revisaron las teorías dadas desde las Ciencias Cognitivas para tener bases sobre el pensamiento humano desde las disciplinas de psicología, lingüística y neurociencias

Con la finalidad de analizar los cambios que presentan las actuales muñecas se realizó una observación de la tipología actual de éstas encontrando en un total de 330 muñecas (100%)

que sólo 6 de ellas presentan un corte de cabello corto (1,8%)

Se realizó una entrevista semi estructurada a diez niñas entre ocho y nueve años con el fin de identificar las características determinadas para la categoría de muñeca maniquí definidas por un auditorio consumidor de éstas

Se utilizó para este estudio cinco muñecas de la marca Barbie debido a ser la más reconocida y prototipo de la categoría de las muñecas maniquí y también se usaron tres de la marca Monster High ya que pertenecen a la misma categoría, pero presentan modificaciones e innovaciones que se alejan en extremo de las características prototípicas pero que sin embargo demuestran una gran aceptación en el auditorio infantil. Estas dos muestras de muñecas maniquí se utilizaron para sondear las preferencias del usuario. A su vez se emplearon seis imágenes de muñecas de las marcas antes mencionadas, donde se presentaban la misma muñeca manipulada digitalmente para compararla con cabello largo y corto con el fin de demostrar lo que hipotéticamente se intuía era el rasgo prototípico más importante para la categoría de muñeca maniquí.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los elementos prototípicos de una muñeca maniquí se pudieron analizar desde la revisión de imágenes de la primera Barbie de 1959 donde se encuentran los primeros elementos prototípicos de la categoría muñeca maniquí como la figura de reloj de arena, las piernas largas, cabello rubio, ojos azules maquillaje y ropa a la moda, uso de tacones o plataformas. Con el pasar del tiempo se han modificado algunas de estas características prototípicas como cambios de maquillaje, inclusión de otros colores de ojos y cabello con diferentes cortes abriendo así el espectro de configuraciones de la muñeca maniquí, pues en 1980 aparece la Barbie afroamericana y en años más recientes (2016) la marca ha incursionado en el cambio de tamaños en la representación de altura de un cuerpo humano, aunque se conserva la figura de reloj de arena pero con configuraciones de mujeres menos delgadas, combinaciones de tonos de cabello por colores castaños, negros, rubios o fantasía y peinados, colores de ojos, cambios de

atuendo, etc., haciendo de la muñeca una evolución que pretende quebrantar paradigmas de la mujer idónea de figura de reloj de arena, alta, de cabello rubio y ojos claros. De manera más arriesgada según las características prototípicas que rigen a las icónicas muñecas Barbie aparecen las Monster High en el 2010 con la temática de ser hijas de monstruos mitológicos de diferentes partes del mundo las cuales presentan cambios de colores más llamativos tanto en cabello como en maquillaje de ojos, tonos piel de colores poco convencionales como rosado, gris, verde pastel o con elementos como tornillos, escamas, huesos, alas, entre otros y vestuario más acordes a los últimos lanzamientos en moda.

Para Petra Pérez Alonso-Geta (2005), Catedrática de Educación de la Universidad de Valencia, las muñecas son el espejo de la sociedad en que vivimos, lo que nos habla de juguetes que sirven como metaforización del mundo exterior o juegos infantiles del mundo exterior al que cada niño le toca vivir o les gustaría vivir.

CONCLUSIONES

En este estudio se pudo encontrar con el auditorio sometido a prueba identifica como el núcleo de la categoría muñeca maniquí el cabello largo, en este punto es importante comentar que el número de muñecas identificadas con esta característica fue de 324 contra las 6 que presentan el cabello corto, donde en algunos casos es debido a que son muñecas de una celebridad. Se pudo observar también que el auditorio no presenta problemas en aceptar las modificaciones que se hacen la categoría muñeca maniquí en cuanto a proporciones corporales, al cambio de tono de piel por colores poco convencionales como grises, verdes pastel o elementos y modificaciones corporales como tornillos, alas, escamas, o el cambio de piernas por colas de sirenas, cuerpo de serpiente, incluso si el cambio de piel se hace por una representación casi exacta de los huesos del cuerpo humano o la inclusión de dos cabezas en un cuerpo, la muñeca es aceptada siempre y cuando presente cabello largo. Todos estos elementos pueden ser modificados y ser aceptados por el auditorio pero el largo del cabello no permite cambios debido a que el auditorio

identifica a la muñeca como menos tierna o menos femenina lo que demuestra el rechazo hacia el cabello corto tanto en las muñecas aunque con la salvedad de aceptarlo si se presentan experiencias autobiográficas, sin embargo el cabello nunca se acepta si es completamente corto como el que prototípicamente se relaciona con el corte de cabello masculino. También cabe resaltar que las muñecas maniquís son más aceptadas si además del cabello largo presentan vestuario que va acuerdo con la moda.

Lo anterior coincide con lo que lo Pérez (2005) expresa sobre las muñecas maniquí, menciona que sin importar si éstas llegan a ser recreadas dentro de un mundo de monstruos el hecho de poder atribuirles elementos prototípicos de la categoría como la figura corporal de reloj de arena, el cabello largo y los atuendos de moda, son juguetes que son demandados debido a que brindan la posibilidad de identificación para el auditorio.

Con respecto a este punto, Pérez (2005) menciona que la búsqueda de la identidad es algo propio de la adolescencia y que se está adelantando, muchas niñas que recién se encuentran en una etapa de pre adolescencia empiezan a vestirse buscando la seducción. Lo anterior se pudo identificar en el grupo entrevistado la predilección por las muñecas que presentaban vestidos cortos y ajustados, indumentaria sobre la cual comentaban les gustaría vestirse cuando fueran grandes.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Dr. Margarita Romero que me permitió trabajar en su proyecto y su apoyo incondicional para realizar esta investigación.

REFERENCIAS

[1] Cuenca M. J. y Hilferty J. (1999). Introducción a la Lingüística Cognitiva (1ª ed.), Barcelona, Ariel p. 32

Libro:

Clotaire R. (2015). El verbo de las culturas. Descubre cuál es tu verbo, (1ª ed.), México, Taurus.

Cuenca M. J. y Hilferty J. (1999). Introducción a la Lingüística Cognitiva (1ª ed.), Barcelona, Ariel

Damasio, A. (2004). El error de Descartes (3ª ed.), Barcelona, Crítica

Fros, C. F. (2014) Ciencia de las emociones. Los secretos del cerebro y sus sentimientos. Buenos Aires, Ediciones B.

Kahneman, D. (2010) Pensar rápido, pensar despacio (2ª ed), Barcelona, Debate

Lakoff, G. y Johnson, M. (2004) Metáforas de la vida cotidiana (6ª ed.), Barcelona, Cátedra.

Kleiber, G. (1995). Semántica de los prototipos, Madrid, Visor

Capítulo de libro

Buchner D. (2003). El papel del significado y la intención en el diseño de productos exitosos. En Las rutas del diseño. Estudios sobre teoría y práctica (pp. 107-114), Editorial Designio, México, Distrito Federal

Romero, G. M. (2009). La categorización y efecto de prototipo, su utilidad en la conformación de un mensaje. En El diseño y sus usuarios: de la forma a la interacción (pp. 2008-219), Encuadre, México, Distrito Federal.

Artículo:

Pérez, AG. P (2005) La socialización de la infancia en la sociedad de la información. Eduga: Revista Galega Do Ensino, 47, pp. 1019-1040.