

**Abstract:** The development of the design profession is the result of many factors, among these the political-economic reality of a country, in Ecuador a “cultural revolution” is beginning where the cultural industries are the main axis and the professional field of design generates autonomy.

**Keywords:** cultural economy - entrepreneurship - design circulation - symbolic value - cultural goods and services.

**Resumo:** O desenvolvimento da profissão de design é o resultado de muitos fatores, entre eles a realidade político-econômica de um país. No Equador, está começando uma “revolução cultural” em que as indústrias culturais são o eixo principal e o campo profissional do design gera autonomia.

**Palavras-chave:** economia cultural - empreendedorismo - circulação do design - valor simbólico - bens e serviços culturais.

(\* **Silvia Zeas Carrillo:** Diseñadora y Magíster por la Universidad del Azuay, Master in Fashion and Textile por el Instituto Europeo de Diseño, Doctoranda en Diseño de la Universidad de Palermo. Coordinadora de la Escuela de Diseño Textil e Indumentaria y Catedrática en la Universidad del Azuay. Tiene publicaciones en Revista Daya y Cuadernos de Diseño UP. Desarrolla proyectos de vinculación con la sociedad e investigación. Tiene una marca propia, donde diseña con el uso de técnicas artesanales de la región, ha participado en varios eventos y desfiles tanto nacionales como internacionales. Obtuvo la Presea Domingo Lamar por el aporte del diseño a la cultura de Cuenca.

## La necesidad académica de investigar el juicio estético en diseño gráfico

Pablo Loayza Murillo (\*)

Actas de Diseño (2024, abril),  
Vol. 45, pp. 111-113. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2021  
Fecha de aceptación: noviembre 2021  
Versión final: abril 2024

**Resumen:** El presente ensayo tiene como objetivo establecer la necesidad académica de promover, recomendar e incrementar investigaciones exploratorias, descriptivas o experimentales con enfoques multidisciplinarios acerca del juicio estético en diseño gráfico. Este juicio estético tiene naturaleza multiestructural por los distintos procesos biológicos y cognitivos que son concurrentes y pueden articularse en distintos niveles por medio de signos lingüísticos y no lingüísticos. El conocimiento generado por las investigaciones multidisciplinarias en el área de estética es fundamental para comprender el desarrollo del lenguaje de la imagen, sus convenciones, estructura, significados, usos y otras particularidades, y para crear productos gráficos de calidad.

**Palabras clave:** estética – semiótica – percepción – significados – lenguaje.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 113]

### Introducción

Una actividad académica muy productiva para los estudiantes de diseño gráfico es la visita a exposiciones de obras artísticas. Esta actividad es productiva por la motivación, deseos y ambiciones profesionales que puede generar en el estudiante el conocer la actividad profesional real; por la apreciación de los códigos personales o usos de lenguaje de la imagen por parte de los autores; por las interacciones sociales que puede generar y porque esta actividad puede ser importante para la comprensión de aspectos filosóficos de estética. En relación al último punto, si a esta actividad se le asigna la consigna de identificar, según el criterio del estudiante, cuáles son las obras más bellas, cuáles serán vendidas, cuáles las más feas, se da un primer paso a una discusión profunda de la filosofía de la estética. Aunque a primera vista pareciera que los resultados de esta actividad, serán nimiedades

diversas y aleatorias, la realidad de los resultados es compleja de analizar e investigar. Las preferencias de los estudiantes, compradores y visitantes siempre se inclinan de manera similar hacia determinadas obras. ¿Por qué? La respuesta no solamente está en la convención de los códigos de la imagen, sino en factores biológicos, semióticos y lingüísticos complejos que deben considerarse para responder las interrogantes de los juicios estéticos. En este sentido, hoy se cuenta con muchas oportunidades para avanzar en el entendimiento profundo de la estética gracias a la tecnología, ciencia y conocimiento actual.

### Desarrollo

Algunas de las aves del paraíso (*Paradisaeidae*), cuyo hábitat está en Nueva Guinea, son conocidas por sus

colores vivos y particulares, pero principalmente por las complejas y duraderas danzas que realizan para obtener la aprobación de las hembras de su especie para el apareamiento. También, algunas de estas aves son conocidas por los complejos diseños que realizan en sus nidos o espacios para asegurar que su genética pasará a la siguiente generación. Estos diseños que consideramos hermosos muestran una composición exquisita. El manejo de los elementos y principios del lenguaje de la imagen: la línea, el color, el ritmo, entre otros, muestran características magistrales. Sin embargo, aunque nuestra apreciación quiera dar a estas aves cualidades intelectuales humanas, su diseño se explica por el instinto pregrabado en su genética. Pero eso no impide que nosotros nos planteemos algunas preguntas: ¿Qué tan profundo y determinante es ese instinto en los animales? ¿Es realmente un juicio estético el que hacen? ¿Qué tanto se distribuye en la naturaleza esta práctica? ¿Cómo se distribuye? ¿Cómo afecta nuestra propia genética a nuestra percepción de lo estético? Sabemos que nuestra naturaleza, nuestro cerebro y mente, tiene un diseño que nos permite y obliga a realizar juicios estéticos, pero ¿qué determinan esas características genéticas? Burnham menciona: “Kant claims he can demonstrate that the physical and moral universes – and the philosophies and forms of thought that present them – are not only compatible, but unified.” [Kant afirma que puede demostrar que los universos físicos y morales, y las filosofías y formas de pensamiento que los presentan, no solo son compatibles, sino que están unificados] (Burnham, s.f., párr. 2). La apreciación de Kant permite hacer una primera diferencia de nuestros juicios estéticos con el de los animales. Para Kant el juicio estético corresponde al nivel de un juicio moral o ético. Estos aspectos corresponden solamente a los seres humanos. Por lo tanto, un juicio estético no solamente está enmarcado por un instinto grabado, una genética, sino por el pensamiento humano. Además, al cerebro humano se le añade un sistema artificial muy complejo de signos lengua (sistema ordenado) y sistemas de signos no lingüísticos que dan otra dimensión a los juicios estéticos. Estos sistemas, fundamentalmente la lengua, se constituyen en características diferenciales del ser humano con los animales. Estos sistemas artificiales se adquieren y construyen en función a la experiencia en determinado tiempo y contexto, pero siempre dentro de los límites de lo biológico. Entonces, el significado de la belleza para el ser humano tiene un grado de convención atado al tiempo y contexto. Por lo tanto, es en cierto grado subjetivo, pero al mismo tiempo es objetivo y real por las características biológicas del cerebro humano. ¿Qué tanto afecta al juicio estético un sistema lingüístico sólido en sintagma y amplio en paradigma?

Zecchetto (2002) afirma que “Primero vivimos y practicamos la comunicación, y en un segundo momento reflexionamos sobre su sentido, su estructura y funcionamiento.” (p. 1) Ante tantas interrogantes acerca de los juicios estéticos corresponde a la academia encontrar las respuestas. Sin bien, la universalidad que plantea Kant acerca de la aprobación del juicio estético es evidente y continua en el ser humano, es también evidente la necesidad de reflexionarla y, si queremos dar un paso

más amplio, de investigarla científicamente. Aunque ciencia y filosofía presentan diferencias fundamentales, es necesario recordar que una dio paso a la otra. Entonces, por qué no alimentar el conocimiento de la filosofía de la estética con la metodología de la investigación científica.

The full field of what might be called ‘aesthetics’ is a very large one. There is even now a four-volume encyclopedia devoted to the full range of possible topics. The core issues in Philosophical Aesthetics, however, are nowadays fairly settled [El campo completo de lo que podría llamarse ‘estética’ es muy amplio. Incluso ahora hay una enciclopedia de cuatro volúmenes dedicada a la gama completa de posibles temas. Sin embargo, las cuestiones centrales de la estética filosófica están bastante resueltas hoy en día] (Hartley, s.f. párr. 2)

Las interrogantes sobre la estética empiezan a teorizarse formalmente a finales del siglo XVIII y ya hay varios avances en la construcción de las respuestas a las preguntas sencillas. Pero todavía el amplio campo de objetos de la estética y la variedad de análisis explicativos de distintos autores deja muchas puertas abiertas a la investigación y a la discusión.

La filosofía de la estética trata cuestiones centrales referidas a los conceptos, actitudes, valores, usos, expresión, intenciones, atribuciones y representación. Este marco teórico es un abanico para la investigación que, además, se enriquece y amplía por otros conocimientos y métodos de otras disciplinas cuyos objetos son biológicos, culturales, sociales, semióticos o lingüísticos, entre otros. Hay mucho que investigar. ¿El significado de belleza activa la química compleja del cerebro o la química del cerebro genera cadenas de significados de belleza? Para Kant es el juicio el que da emoción y no la emoción el juicio. ¿El significado estético, que puede ser consciente o inconsciente, de ida y de vuelta, concurrente, resulta en nuevas interpretaciones lingüísticas o no lingüísticas que pueden ser acompañadas de emociones o sensaciones? Significar un juicio estético es algo extraordinario porque funciona un sistema convencional (al mismo tiempo natural) dentro de un complejo marco biológico con demandas específicas. Por otro lado, queda indagar los juicios estéticos en productos de diseño gráfico que tienen funciones específicas y buscan resultados concretos. ¿Cómo se desarrolla el juicio estético cuando las funciones comunicativas son el fin? Cuando el objeto de estudio carece de la intención de provocar emociones ¿cómo funciona el juicio estético? Cuando el objeto gráfico carece de una relevancia histórica ¿cómo funciona? Cuando el objeto gráfico carece de poder persuasivo o no busca cambios en la estructura social ¿vale la pena investigar su valor estético?

Monroe Beardsley define el arte como “an artwork is something produced with the intention of giving it the capacity to satisfy the aesthetic interest” [una obra de arte es algo producido con la intención de darle la capacidad de satisfacer el interés estético] (Como se citó en Hartley, s.f., párr. 30). La definición de arte considera a un algo que provoca emociones estéticas. El interés estético, al que se refiere Beardsley, actualmente no solo se presenta y exige en las cosas definidas tradicionalmente como

arte, sino en objetos u objetos gráficos comunes (comunes en cuanto a consumo) que cumplen funciones de uso cotidiano o funciones de comunicación cotidianas. En este sentido, la búsqueda de la satisfacción del interés estético requiere de investigaciones serias para que el interés estético de mercados cada vez más exigentes en lo visual sea satisfecho. Nuevamente, el interés estético no solamente se presenta en el arte, sino en varias áreas de los objetos disciplinares que se producen en las ramas y especialidades del diseño. Es evidente este interés. Por lo tanto, es evidente la necesidad de investigación de estética en diseño gráfico. En este sentido, la investigación en estética en diseño gráfico debe definir claramente el objeto que estudia, así como las variables que estudia. Por último, varias metodologías de diseño están actualmente aportando a varios procesos creativos y productivos de otras disciplinas. La manera de pensar del diseño, la búsqueda de lo creativo e innovador, la búsqueda de las soluciones considerando a las personas, implica pensar en lo estético. El interés por la estética ha llegado a otras disciplinas por la ósmosis provocada por este contacto metodológico. Es así que la discusión de lo estético ya no es una discusión exclusiva para determinados productos, disciplinas o profesiones relacionadas con el arte, sino que ha pasado a disciplinas relacionadas con la creación y comercio de productos. Así también, debido al comercio mundial, las discusiones son globales. Esta nueva realidad presenta una dinámica en la convención de la estética nunca antes vista. Como dice Eco: Todas nuestras operaciones figurativas están reguladas por la convención (Eco, 1986, p. 178). Si la convención es la que regula las operaciones figurativas, conviene investigar estas nuevas convenciones.

## Conclusión

Todas estas alternativas se exponen simplemente para indicar lo difícil que resulta establecer los niveles de articulación de algunos códigos, de una manera abstracta. Lo importante es no esforzarse vanamente en identificar un número determinado de articulaciones en una relación fija. Según el punto de vista de quien lo examina, un elemento de primera articulación puede convertirse en un elemento de segunda articulación, o viceversa. (Eco, 1986, p. 206)

La complejidad a la que Eco se refiere no solamente se presenta en la articulación de los códigos semióticos, sino que se extiende a la complejidad de la filosofía de la estética al ser este uno de los códigos que genera la imagen. Si bien investigar acerca de la filosofía de la estética en diseño gráfico es importante, se debe considerar que es también complejo porque debe ser abordado desde varias disciplinas. Entonces, cuando se escucha que esta o aquella imagen es linda o fea, hay que pensar en lo absolutamente complejo de estas sencillas valoraciones. La filosofía de la estética tiene un amplio camino por recorrer. Si bien hemos avanzado en algunos aspectos no podemos siquiera decir que hemos rascado lo complejo

que puede ser un juicio estético desde el punto de vista biológico, cognitivo, semiótico y lingüístico. La filosofía de la estética es un amplio terreno de investigación para el diseño gráfico. Corresponde, entonces, promoverla, recomendarla e incrementarla desde nuestra academia.

## Referencias bibliográficas

- Eco, U. (1986). *La estructura ausente*. Tercera edición. España. Editorial Lumen.
- Burnham, D. (s.f.) *Immanuel Kant: Aesthetics* [Immanuel Kant: Estética]. Recuperado de: <https://iep.utm.edu/kantaest/>
- Hartley, S. B. (s.f.) *Aesthetics* [Estética]. Recuperado de: <https://iep.utm.edu/aestheti/>
- Zecchetto, V. (2002) *La danza de los signos*. Primera edición. Quito. Editorial Abya-Yala.

**Abstract:** This essay aims to establish the academic need to promote, recommend and increase exploratory, descriptive or experimental research with multidisciplinary approaches about aesthetic judgment in graphic design. This aesthetic judgment has a multistructural nature due to the different biological and cognitive processes that are concurrent and can be articulated at different levels by means of linguistic and non-linguistic signs. The knowledge generated by multidisciplinary research in the area of aesthetics is fundamental to understand the development of the language of the image, its conventions, structure, meanings, uses and other particularities, and to create quality graphic products.

**Keywords:** aesthetics - semiotics - perception - meanings - language.

**Resumo:** Este ensaio tem como objetivo estabelecer a necessidade acadêmica de promover, recomendar e aumentar a pesquisa exploratória, descritiva ou experimental com abordagens multidisciplinares sobre o julgamento estético no design gráfico. Esse julgamento estético é de natureza multiestructural devido aos diferentes processos biológicos e cognitivos que são concomitantes e podem ser articulados em diferentes níveis por meio de sinais linguísticos e não linguísticos. O conhecimento gerado pela pesquisa multidisciplinar na área da estética é fundamental para entender o desenvolvimento da linguagem da imagem, suas convenções, estrutura, significados, usos e outras particularidades, e para criar produtos gráficos de qualidade.

**Palavras-chave:** estética - semiótica - percepção - significados - linguagem.

**(\*) Pablo Loayza Murillo.** Licenciado en Comunicación Publicitaria. Trabajó como docente en varias universidades privadas de Bolivia en materias referidas a publicidad, ilustración, diseño gráfico, semiótica y elaboración de proyectos de diseño. Actualmente es docente horario por más de once años en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Trabajó en la producción de material gráfico educativo para reconocidas instituciones públicas y privadas. Además, realizó distintos materiales gráficos para la museografía de proyectos internacionales y nacionales. También, actualmente, escribe literatura infantil y produce materiales educativos.