

LA CONTEMPLACIÓN COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA DE LA MATERIA ESTÉTICA DE DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

FECHA DE RECEPCIÓN: 30-04-24 / FECHA DE ACEPTACIÓN: 28-06-24

Carla Valeria Alvarez Cazon¹

CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL UNIVERSIDAD DE CHILE, SANTIAGO, CHILE

Correo: carla.cazon@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9599-0753>

Co autores: ²

Katerin Leyton Cornejo

Correo: katerin.leyton@ucb.edu.bo

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9530-8912>

María de la Paz Fuentes Millares

Correo: maria.fuentes@ucb.edu.bo

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4309-3399>

Kevin Pimentel:

Correo: kevin.pimentel@ucb.edu.bo

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6373-2159>

Denys Zegarra Cachi

Correo: denys.zegarra@ucb.edu.bo

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0438-9241>

RESUMEN

El presente artículo de investigación es la propuesta de un caso de análisis a partir de la contemplación de un determinado contexto, solicitado a un grupo de estudiantes de la

1 Carrera de Diseño Industrial Universidad de Chile, Santiago, Chile. Postgrado de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Doctorando en educación con enfoque en la complejidad y la investigación transdisciplinar DOE 7 Cochabamba, Bolivia:

2 Pregrado de la universidad Católica Boliviana "San Pablo", estudiantes de diseño gráfico y comunicación visual.

materia de estética, que forma parte del plan de estudios de tercer año de la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual. El objeto es construir conocimiento a partir de una experiencia y la explicación de un fenómeno vinculado a los conocimientos de la estética gráfica.

La metodología adoptada sigue un enfoque exploratorio, apoyado en la observación y el análisis de la relación del estudiante con su objeto de estudio.

Los estudiantes utilizaron la estética colectiva como marco analítico para examinar el objeto de estudio y la contemplación como método de introspección.

Las conclusiones se extraen a partir de la observación e interacción en discusiones con los estudiantes, quienes defienden sus posturas y delimitan el análisis del objeto de estudio en intervenciones estratégicas, como la modulación de tipografías y la optimización de la jerarquía visual, como posibles mejoras para la estética del comercio informal. Los resultados de su análisis permiten observar el potencial de la contemplación como una estrategia pedagógica.

Este artículo ofrece una visión detallada de como la contemplación de un objeto de estudio puede propiciar una mayor reflexión sobre los pensamientos propios, que se entrelazan entre el conocimiento recibido y la experiencia. Aportando conocimiento en su área y proponiendo mejoras a un problema propio del diseño.

Palabras Clave: Contemplación, pedagogía, comercio informal, estética urbana, contaminación visual, diseño gráfico, publicidad local, contexto.

ABSTRACT:

This research article presents a case study proposal based on the contemplation of a specific context, assigned a group of students in the aesthetics course, which is part of the third-year curriculum of the Graphic Design and Visual Communication degree. The objective is to build knowledge from an experience and explain a phenomenon related to the knowledge of graphic aesthetics.

The adopted methodology follows an exploratory approach, supported by observation and analysis of the student's relationship with their object of study. The students used collective aesthetic as an analytical framework to examine the object of study and contemplation as a method of introspection.

The conclusions are drawn from observation and interaction in discussions with the students, who defend their positions and delimit the analysis of the object of study into strategic interventions, such as the modulation of typography and the optimization of visual hierarchy, as possible improvements for the aesthetics of informal commerce. The results of their analysis reveal the potential of contemplating design elements for pedagogical purposes.

This article offers a detailed view of how contemplating an object of study can foster greater reflection on one's own thoughts, intertwining received knowledge with experience, contributing knowledge in their field, and proposing improvements to a design-related problem.

Keywords: Contemplation, pedagogy, informal commerce, urban aesthetics, visual pollution, graphic design, local advertising, intervention perspectives.

1. INTRODUCCIÓN

Por siglos, la humanidad ha recurrido a la contemplación como un medio para adquirir conocimiento. Un ejemplo paradigmático es Galileo Galilei, quien fue pionero al contemplar a través del telescopio una multitud de estrellas nunca antes observadas (Lopez Sancho, 2005). Este acto revolucionario permitió la formulación de teorías que desafiaron las concepciones de la época. En el ámbito educativo, el objetivo del docente es fomentar el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes, y la contemplación se considera una estrategia pedagógica fundamental. Esta se divide en dos tipos de acciones según la distinción de Plotino: las acciones necesarias y forzosas, que dirigen la atención hacia las cosas exteriores, y las acciones voluntarias y libres, que dirigen la atención hacia el interior (Marinho Nogueira, 2005). La primera conduce a una imitación o imagen de la contemplación, mientras la segunda permite alcanzar verdadera contemplación.

En este estudio, la dinámica comienza con la observación visual (acciones necesarias) para luego adentrarse a una contemplación con la inteligencia (acciones voluntarias). Se asume que la contemplación, como estrategia pedagógica, estimula el cerebro de los estudiantes y los hace conscientes tanto de su realidad como de realidades abstractas.

La actividad consistió en analizar elementos visuales de las imágenes publicitarias de los comercios populares en las zonas más concurridas de Tarija. Los estudiantes identificaron elementos clave como la tipografía, los colores, la legibilidad y el contexto cultural, siguiendo la distinción de Lupton y Cole (2016).

Además, exploraron elementos de composición más abstractos, como el punto, la línea, el plano, el ritmo, el equilibrio, la escala, la textura, el color y la jerarquía, que han sido analizados y propuestos en el diseño, según los principios de la Bauhaus (1919).

Durante las discusiones de clases cada estudiante adoptó inicialmente una postura basada en sus conocimientos previos y su percepciones, que fue evolucionando a lo largo de las secciones hacia discursos más maduros y estructurados. Estos discursos se enriquecieron con la sugerencia de bibliografía y la contemplando de extractos de libros sugeridos.

Es importante reconocer que la estética de las ciudades se ve influenciada por la publici-

dad, y el comercio informal se presenta como una forma de expresión empírica como una obra. Según Wolfgang Iser (1989), la obra de arte posee dos polos: el artístico creado por el artista o artifice, el estético, creado por el autor y el espectador. Este argumento ayuda a comprender que al contemplar la estética de la publicidad en comercio informal, se puede generar un juicio crítico y reflexivo activo. Esto es especialmente relevante en un contexto donde los artistas pueden carecer de conocimientos profundos de estética y simplemente seguir tendencias, lo que puede resultar en tanto enriquecimiento como empobrecimiento y simplificación extrema. Para obtener ganancia se requiere de motivación, reflexión e inquietud de ampliar los conocimientos desde el seguir contemplando otros estudios similares a otras fuentes de inspiración.

Caracterizando a la obra contemplada el estudiante describe a la misma como el tipo de comercio que compromete a las ciudades a una estética generada empíricamente, ya que usualmente las personas que ejercen dicho trabajo, carecen de un espacio en el mercado laboral asalariado, convirtiendo esta ocupación en su medio de subsistencia (Breva, 2017) razón por la cual este tipo de negocios no tienen una planificación previa, ni desarrollo estratégico, incluyendo principalmente al diseño; sino que entran al circuito de manera improvisada. En esta caracterización el estudiante define un primer juicio de valor que le permite contemplar la obra desde una postura crítica.

2. METODOLOGÍA

La investigación se llevó a cabo mediante un enfoque exploratorio en el ámbito de la formación en estética, específicamente en el pregrado de diseño gráfico y comunicación visual. El objeto de estudio fue la contemplación de la publicidad empírica del comercio informal de Tarija. Debido a la escasez de recursos informativos sobre la estética del mismo, se aplicó la contemplación como técnica de análisis, basándose en parámetros que permitan el análisis de la estética colectiva, según lo propuesto por Frascara (2015) en relación al diseño centrado en las personas. Esto apunta a singularidad y autenticidad, elementos clave en su efectividad, que estudiantes asumieron durante la contemplación.

Es relevante mencionar que esta propuesta de investigación se integra la contemplación como estrategia pedagógica, junto con los resultados generados a partir de la misma para discutir su efectividad en el proceso de enseñanza aprendizaje. Se considera el análisis del estudiante basado en parámetros bibliográficos sobre estética, diseño y comunicación visual; así como el enfoque de una comunicación visual que tenga un impacto en las personas. Según Jorge Frascara en su libro “Diseño Gráfico para la Gente”, reflexiona que la motivación para el diseño visual es el centrar su creación y el cumplimiento de su propósito en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada (2015, p.19).

Para la validación del contexto gráfico a contemplar, se consideraron solo cuatro zonas comerciales: la zona del Campesino, la Loma, el comercio del casco viejo y la Avenida La

Paz. En estas áreas se realizó un registro fotográfico de avisos, carteles, pancartas y letreros que fueron analizados de manera sistemática mediante veintidós fichas elaboradas a partir de los elementos estéticos.

TABLA 1: IDEAS PEDAGÓGICAS VS LA CONTEMPLACIÓN

Variables estéticas	Resultados
Forma	La forma es abordada desde el tipo de estructura, fría o cálida definida a partir de la percepción (Lupton y Cole, 2014)
Color	Considera la saturación, la luminosidad y el matiz. Así también se considera la relación de los colores en función de la rosa cromática.
Pregnancia	Pregnancia o ley de la buena forma, sugiere la facilidad en que las formas quedan en el inconsciente del espectador estableciendo un vínculo.
Tipografía	La tipografía asume distintas voces que dan carácter al escrito por lo cual se considera la manera de escribir y su acentuación, para el estudio se toma como referente al ortotipografía de Raquel Marin Álvarez (2013)
Composición	La composición es el ritmo que se percibe y la neguentropía de la disposición de los elementos (Letelier y Brugnoli, 1992)

NOTA: LAS VARIABLES SON ANALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A PARTIR DE LA BIBLIOGRAFÍA CITADA.

En la investigación el estudiante estudió las siguientes variables: forma, color, pregnancia, tipografía y composición desde el paradigma mencionado en la tabla 1. Estas variables permitieron la sintaxis gráfica aplicada en la publicidad del comercio informal, utilizando el análisis de Pareto. Los resultados mostraron que los estereotipos gráficos nacen a partir de pequeñas causas que influyen en el uso continuo de los elementos mencionados anteriormente.

La estrategia de la contemplación se estructura de la siguientes manera:

- La consigna estableció que los estudiantes recorrieran las áreas seleccionadas para el estudio, contemplando el paisaje gráfico e interactuando con los vendedores.
- En clase la discusión y revisión bliográfica fué la dinámica de trabajar lo contemplado.
- Finalmente el estudiante elaboró un producto de análisis, reflexión y discusión, el mismo que se definió como un artículo académico.
- Los estudiantes llevaron su investigación respetando los principios éticos, asegurando la confidencialidad de la información y obteniendo el consentimiento, cuando fue posible, de los propietarios de los negocios informales cuyas piezas gráficas fueron objeto de estudio.

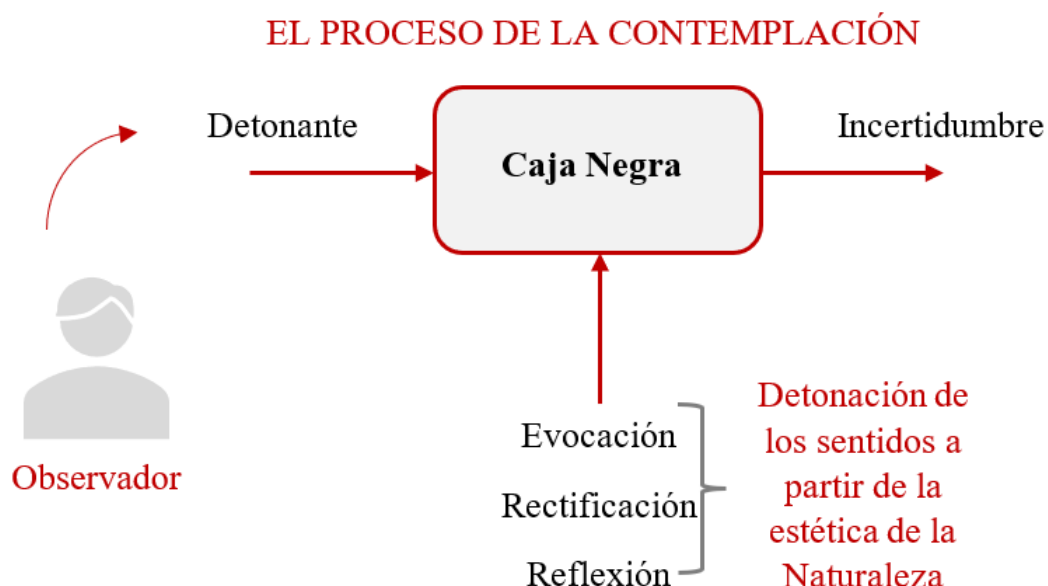
3. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

Los estudiantes recorrieron las zonas limitadas y fotografiaron varios letreros que llamaron su atención, este primer paso es el detonante propuesto en la figura 1. De la propuesta de la contemplación. El análisis de las fotografías empezó con la contemplación de las mismas a través de la evocación, rectificación y reflexión que permitieron una aproximación a la sistematización de estilos de composición estética que se apropiaron los carteles analizados, obteniendo como resultado un amabigüedad de posibilidades que los estudiantes tuvieron que delimitar a partir de las variables que propusieron para este estudio.

Partiendo desde las tipografías manuscritas, frecuentemente compuestas por terminaciones redondeadas como un fenómeno distintivo y constitutivo de la estética del comercio informal en Tarija. Este rasgo, connotativo de cercanía y autenticidad, se articula como una firma visual que forja una conexión intrínseca con la audiencia desde el juicio de los estudiantes. La intervención del diseño podría considerar, según las pautas de Marin Álvarez (2013), la modulación de esta tipografía para aportar una sofisticación que coexista con la simplicidad artesanal inicial afirmaron los estudiaontes en concenso.

FIGURA 1.

LA CAJA NEGRA DE INPUTS Y OUTPUTS DE LA CONTEMPLACIÓN.



NOTA. EL ESQUEMA MUESTRA LA FUNCIÓN DE LA CAJA NEGRA CONSIDERANDO EL PROCESO DE LA CONTEMPLACIÓN SEGÚN ZEPEDA (2008) COMO UN POSIBLE DECODIFICADOR QUE NOS PERMITA ENTRAR DENTRO DE LA CAJA NEGRA DE LA CONTEMPLACIÓN.

En la paleta de color el estudiante identifica colores estridentes y contrastantes, que inci-

den directamente en la percepción emocional del espectador. Esta elección cromática, más allá de su mero impacto visual, contribuye a la construcción de una narrativa emotiva que trasciende la transacción comercial y revela una complejidad subyacente que podría ser explotada a futuro para optimizar la resonancia visual de la publicidad informal demostrando ser propositivos.

La composición amalgamando elementos empíricos y artesanales, fue revelada por los estudiantes como un vehículo intrincado para la generación de jerarquías visuales en el comercio informal. La saturación de este tipo de composición es reconocida por el estudiante como un producto gráfico realizado de manera empírica, que se erige como un fenómeno interesante, pues, aunque desafiante en términos de densidad visual, logra, en muchos casos, establecer una jerarquía de importancia. Este hallazgo, determinó de cierta forma la capacidad del estudiante de asumir la complejidad visual de la gráfica empírica que puede ser interpretada como un obstáculo para la comunicación efectiva entre los negocios y sus determinados públicos objetivos

Las fotografías fueron analizadas en el mismo esquema que se aprecia en la figura 2, instrumento elaborado por los estudiantes después de contemplarlas:

FIGURA 1.

FICHA DE ANÁLISIS APLICADA POR EL ESTUDIANTE A PARTIR DE LA CONTEMPLACIÓN



1	Forma	Formas redondas, elementos tipográficos manuscritos redondeados
2	Color	contrastes mínimos, uso de colores complementarias según la teoría del color
3	Pregnancia	pregnancia por estridencia de los colores
4	Tipografía	tipografía pesada visualmente, uso de terminaciones redondas
5	Composición	composición desequilibrada, elementos mínimos y sin intencionalidad

NOTA: LA FOTOGRAFÍA FUE TOMADA EN LA ZONA COMERCIAL DEL CAMPESION POR EL ESTUDIANTE PIMENTEL, K. Y D.L. PAZ FUENTES, M. (2023).

La exhaustiva contemplación de la estética gráfica del comercio informal en las zonas más comerciales de Tarija, fundamentada en el análisis de fotografías, ha permitido a los estudiantes identificar patrones visuales que no solo definen, sino que moldean la identidad gráfica de estos espacios urbanos. Este análisis se centró en la tipografía manuscrita con terminaciones redondeadas, la paleta cromática estridente, la complejidad de la composición saturada y la jerarquía visual empírica. Validando estas observaciones mediante la aplicación de la ley de Pareto 80/20, se reveló un vasto campo de posibilidades para la intervención estratégica en el diseño gráfico.

- **Síntesis Tipográfica:** La identificación de tipografías manuscritas con terminaciones

redondeadas como distintivas y constitutivas sugiere una oportunidad única para la intervención del diseño. La modulación de estas tipografías, alineada con las pautas de Marin Álvarez (2013), no solo preserva la autenticidad, sino que también introduce niveles de sofisticación que complementan la simplicidad artesanal inicial.

- **Narrativa Cromática:** La paleta cromática, más allá de su función meramente visual, se presenta como un elemento clave para construir narrativas emotivas que trascienden la transacción comercial. El análisis detallado de atributos esenciales, como saturación, luminosidad y matiz, abre la puerta a una complejidad subyacente que puede ser aprovechada para maximizar la resonancia visual de la publicidad informal.
- **Jerarquías Visuales Empíricas:** A pesar de la aparente densidad visual desafiante, la composición saturada emerge como un fenómeno intrigante. Esta composición, realizada empíricamente, logra, en muchos casos establecer jerarquías de importancia. Esta complejidad visual, aunque puede percibirse como un obstáculo para la comunicación efectiva, también presenta oportunidades para estrategias de diseño que simplifiquen y clarifiquen elementos específicos.
- **Perspectivas de Diseño Estratégico:** La síntesis de los resultados detallados no solo revela patrones visuales, sino que también abre un abanico de oportunidades estratégicas para la intervención estética en el comercio informal de Tarija. Las sugerencias de diseño se orientan hacia la optimización de elementos clave y la mitigación de desafíos perceptuales, con el objetivo de preservar la autenticidad mientras se armoniza con los principios contemporáneos de diseño gráfico.
- **Selección y Modulación Tipográfica:** La selección cuidadosa de tipografías legibles y coherentes se presenta como un primer paso esencial. La modulación de tipografías manuscritas, siguiendo las directrices de Marin Álvarez (2013), puede ofrecer una solución equilibrada que aporta sofisticación sin sacrificar la autenticidad que caracteriza al comercio informal en Tarija.
- **Composición Estratégica y Jerarquización:** La aplicación de principios de composición, como la regla de los tercios y una jerarquización adecuada, surge como una estrategia para organizar la información de manera efectiva. Estos principios, respaldados por teorías de diseño visual, pueden establecer un flujo visual coherente y mejorar la eficacia comunicativa.
- **Equilibrio entre Información y Saturación:** La dicotomía entre la abundancia informativa y la saturación visual presenta oportunidades creativas para el diseño. La ortotipografía de Marin Álvarez (2013) y la teoría de la buena forma de Letelier y Brugnoli (1992) son recursos valiosos para guiar intervenciones que mantengan la riqueza informativa sin sacrificar la legibilidad y la pregnancia visual.
- **Integración Ergonómica y Seguridad Visual:** La incorporación de principios ergonómicos y consideraciones de seguridad visual es esencial para abordar los desafíos

perceptuales del comercio informal. Las teorías de la percepción visual, como la propuesta por Itten (1975), ofrecen perspectivas fundamentales para garantizar no solo una estética agradable sino también un entorno seguro y cómodo.

- **Perspectivas de Intervención y Transformación Estética:** La conclusión principal fue elaborada por los estudiantes a partir del análisis detallado y técnico que proporcionó una base sólida para futuro como una propuesta para la intervención estratégica en la estética del comercio informal en Tarija, buscando no solo embellecer los espacios urbanos, sino también contribuir a una comunicación más efectiva y mejorar la experiencia visual para los transeúntes.

El acto de contemplar genera incertidumbre (Morin, 1995) en el razonamiento humano, ya que lleva a los estudiantes desde la certidumbre de los conocimientos de diseño gráfico aprendidos en su formación a la incertidumbre al interpretar gráficas empíricas ejecutadas sin ninguna regla de diseño. A pesar de esta incertidumbre, los estudiantes buscan acercarse a una verdad creíble, elaborando sugerencias como la selección de tipografías legibles y coherentes, cuidando los tamaños y espacios apropiados, para mejor legibilidad. También priorizan principios de composición como la regla de los dos tercios y una jerarquización adecuada que ayude a organizar la información de manera efectiva, generando un flujo visual coherente.

Este análisis no solo demuestra que la contemplación es una estrategia didáctica aplicable, sino que también revela la realidad estética del comercio informal en Tarija. Propone un camino claro hacia la optimización visual e integración armoniosa al paisaje urbano, lo que puede transformar la estética del comercio informal, contribuyendo a un entorno visualmente atractivo y funcional en las zonas comerciales de la ciudad. Una atención cuidadosa con respecto a la forma, el color, la tipografía y la composición puede lograr una mayor pregnancia y efectividad en cuanto al desarrollo de estos negocios creando una estética ordenada y no abrumadora para los transeúntes.

En conclusión, la estrategia contemplativa permitió tomar conciencia (Jalics, 2016) de la estética gráfica de un entorno real que presentó una publicidad empírica, opuesta a lo aprendido en la formación del diseñador gráfico y comunicador visual. Esto permitió identificar el potencial del material analizado para la elaboración de futuras propuestas que consideren la estética de lo informal. La reflexión considera la peculiaridad de cada estudiante, incluyendo sus creencias (Schommer, 1994) permitiendo un análisis sincero y crítico que contribuye a construir puentes de conocimiento entre la materia de estética y las presentaciones gráficas desarrolladas por los comerciantes. Este es coherente con estudios (Yang, Y., Tang, Y., 2021) que sugieren que la estética visual influye directamente en las intenciones de comercio social de los individuos. La aplicación de estos principios no solo enriquecen la comprensión teórica, sino que también proporciona una base sólida para la práctica efectiva del diseño en contextos informales.

- Brea Franch, E., & Mut Camacho, M. (2016). El desarrollo de las ciudades desde la publicidad

REFERENCIAS

- exterior y las neurociencias. *Opción*, 32(7), 231-247.
- Da Silva, S. (2003). Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil. Recuperado el 10 de diciembre de 2023, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4955/smvs1de1.pdf?sequence=1>
 - Estupiñan, M. (2022). El comercio informal callejero desde una perspectiva semiótico discursiva. Recuperado el 10 de diciembre de 2023, de <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/4607b8cd-bdc7-40ef-8915-fef937f33761/content>
 - Iser, W. (1989). El proceso de lectura. Waring, R, *Estética de la recepción* (págs. 149-164). Madrid: Visro.
 - Jalics, F. (2016). *El camino de la contemplación*. Buenos Aires: Buena Prensa.
 - Kuhn, T. S. (1996). *La estructura de las revoluciones científicas*. Santiago, Chile: Fondo de Cultura Económica .
 - Letelier, S., & Brugnoli, F. (1992). *Visualidad y Neguentropía* . Santiago: Facultad de Arquitectura y Urbanismo Universidad de Chile/FONDECYT.
 - Lopez Sancho, J. M. (2005). museo virtual CSIC. Obtenido de Museo de la Ciencia del CSIC: <http://museovirtual.csic.es/salas/luz/luz3.htm>
 - Marinho Nogueira, M. (2005). *Contemplación y Belleza en Plotino* . *Anales del Seminario de Historia de la Filosofía* (págs. 29-39). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid .
 - Morin, E. (1995). *Introducción al pensamiento complejo*. España: Gedisa.
 - Schommer, M. (1994). *Beliefs about Text and instruction with text*. New Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
 - Yang, Y., Tang, Y, Zhang, Y., Yang, R. (2021) Exploring the Relationship Between Visual Aesthetics and Social Commerce Through Visual Information Adoption Unimodel. *Frontiers in Psychology*. V.12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.700180>
 - Zepeda Herrera, F. (2008). *Introducción a la psicología*. España: Pearson Educación.